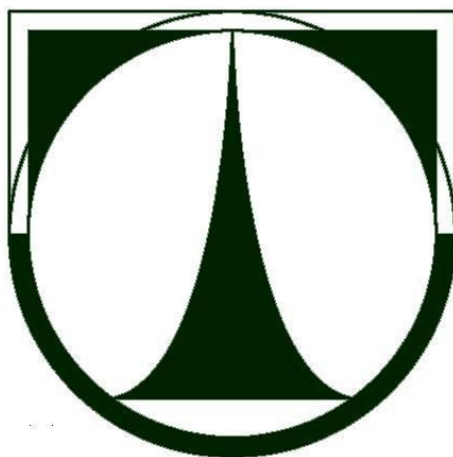


Technická univerzita v Liberci
Ekonomická fakulta



DIPLOMOVÁ PRÁCE

2012

Bc. Jarmila Kubelková

Technická univerzita v Liberci

Ekonomická fakulta

Studijní program: **N 6208 – Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika**

Hospodářská krize v Evropě a její dopad na ekonomiku České republiky a ekonomickou situaci vybraného podniku

European Economic Crisis and Its Impact on Economy of the Czech Republic and Economic Situation of Chosen Company

DP – EF – KEK – 2012 – 35

Bc. Jarmila Kubelková

Vedoucí práce: Ing. Brandová Blanka, Ph.D., katedra ekonomie
Konzultant: Ing. Kurzweilová Jana, Treasury, ŠKODA AUTO, a. s.
Počet stran: 89 Počet příloh: 1

Datum odevzdání: 4. května 2012

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Diplomovou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím diplomové práce a konzultantem.

V Liberci 4. května 2012

vlastnoruční podpis

Anotace

Diplomová práce se zaměřuje na hospodářskou krizi, která postihla v letech 2008 – 2010 většinu států po celém světě. Cílem je objasnění všech možných příčin, důsledků a opatření přijatých na její odvrácení.

Diplomová práce je rozdělena na část teoretickou a praktickou. V teoretické části je krátce vysvětlena historicky největší hospodářská recese ve 30. letech a její možné souvislosti s finanční a hospodářskou krizí v období 2008 – 2010. Dále je zkoumán dopad krize na vybrané evropské státy a podrobněji vysvětlen její průběh v České republice. Krátce je také nastíněn možný vývoj české ekonomiky dle odhadů mezinárodních institucí. V praktické části práce je nejprve pozornost věnována vývoji automobilových trhů a poté společnosti ŠKODA AUTO, a. s., která je největším tuzemským výrobcem automobilových vozů. Vývoj během krize je ve společnosti zachycen chronologicky, dle jednotlivých let a dále vysvětlen na vybraných ekonomických ukazatelích.

Klíčová slova

Asijské trhy, důsledky krize, hospodářská recese, hypoteční krize, krizová opatření, nezaměstnanost, pokles poptávky, příčiny krize, ŠKODA AUTO, a. s., šrotovací prémie, výnosy, zlatý standard, zpomalení ekonomického růstu

Annotation

This graduation thesis focuses on the economic crisis that affected in 2008 – 2010 most countries around the world. The aim is to clarify all possible causes, consequences and measures taken to avert it.

The graduation thesis is divided into theoretical and practical. The theoretical part is briefly explained historically the greatest economic recession in the 30 years and its possible connection with the financial and economic crisis in the period 2008 - 2010. It is studied the impact of the crisis on selected European countries and some detail its progress in the Czech Republic. Is also briefly outlined the possible development of the Czech economy, according to estimates of international institutions. In the practical part of the work is first paid attention to the development of automotive markets, and then the company ŠKODA AUTO, a. s., which is the largest domestic manufacturer of automotive vehicles. Developments during the crisis, the company recorded chronologically, by individual years and explained on selected economic indicators.

Key Words

Asian markets, consequences of the crisis, economic recession, mortgage crisis, crisis measures, unemployment, decline in demand, causes of the crisis, ŠKODA AUTO, a. s., scrap, revenues, gold standard, slowdown of economic growth

Obsah

Seznam obrázků.....	10
Seznam tabulek.....	11
Seznam zkratek.....	12
Úvod	13
1 Vysvětlení pojmů	15
1.1 Pojem „krize“	15
1.2 Pojem „finanční krize“	15
1.3 Pojem „hospodářská krize“	16
2 Velká deprese a současná finanční krize	17
2.1 Velká hospodářská krize	17
2.2 Současná finanční krize	18
2.3 Finanční krize v České republice	21
3 Hospodářská krize a její dopad na Evropu	23
3.1 Situace a řešení krize ve vybraných státech Evropy	24
3.1.1 Vývoj vybraných ukazatelů v době krize a současnosti	29
3.1.2 Plán evropské hospodářské obnovy.....	30
3.2 Hospodářská krize v České republice	31
3.2.1 Přístupy a řešení krize v České republice.....	33
3.2.2 Budoucí vývoj české ekonomiky.....	35
4 Vývoj automobilového průmyslu	38
4.1 Automobilový trh v Asii a Rusku	39
4.1.1 Automobilový trh v Číně.....	39
4.1.2 Automobilový trh v Rusku.....	41
4.1.3 Automobilový trh v Indii	42
4.2 Automobilové trhy v Evropě	44
4.2.1 Automobilové trhy vybraných zemí střední Evropy.....	44
4.2.2 Automobilové trhy vybraných zemí východní Evropy.....	46
4.2.3 Automobilové trhy vybraných zemí západní Evropy	47
4.2.4 Automobilové trhy vybraných zemí severní Evropy	49
4.2.5 Automobilové trhy vybraných zemí jižní Evropy	50
4.3 Automobilový trh v České republice	51

5	Společnost ŠKODA AUTO, a. s.	54
5.1	Historie společnosti	54
5.2	Základní informace o společnosti	56
5.2.1	<i>Organizační struktura</i>	57
5.2.2	<i>Nejvýznamnější vyráběné vozy</i>	58
5.2.3	<i>Zahraniční trhy</i>	60
5.3	Hospodářská krize ve společnosti	62
5.3.1	<i>Analýza prodejů na domácím a zahraničním trhu</i>	64
5.3.2	<i>Analýza prodejů podle modelových řad</i>	69
5.3.3	<i>Analýza vývoje zaměstnanosti ve společnosti</i>	73
5.3.4	<i>Vývoj vybraných ukazatelů společnosti</i>	78
5.4	Růstová strategie	81
	Závěr	82
	Seznam použité literatury	86
	Seznam příloh	89
	Příloha A Růstová strategie, Tisková zpráva společnosti ŠKODA AUTO, a. s.	90

Seznam obrázků

<i>Obr. 1: Nezaměstnanost vybraných států v období 2007-2010.....</i>	<i>29</i>
<i>Obr. 2: Vývoj kurzu měny CZK/EUR v období 2007 – 2/2012</i>	<i>36</i>
<i>Obr. 3: Prodeje osobních automobilů v Číně v období 2008 - 2011.....</i>	<i>40</i>
<i>Obr. 4: Nové registrace osobních automobilů v Rusku v období 2008 - 2011.....</i>	<i>42</i>
<i>Obr. 5: Nové registrace osobních automobilů v Indii v období 2008 - 2011</i>	<i>43</i>
<i>Obr. 6: Počet nově registrovaných osobních automobilů v ČR v období 2007 – 2011</i>	<i>52</i>
<i>Obr. 7: Vývoj prodejů ŠKODA AUTO za období 2007 – 2011</i>	<i>68</i>
<i>Obr. 8: Vývoj tržeb a nákladů společnosti v období 2007 – 2011 v mil. Kč</i>	<i>78</i>
<i>Obr. 9: Vývoj zisku po zdanění v období 2007 – 2011 v mil. Kč.....</i>	<i>79</i>
<i>Obr. 10: Vývoj podílu na ztrátě přidružených spol. v období 2007 - 2011 v mil. Kč.....</i>	<i>80</i>

Seznam tabulek

<i>Tab. 1: Harmonizovaná míra nezaměstnanosti dle metodiky Eurostat</i>	29
<i>Tab. 2: Růst reálného HDP vybraných zemí v letech 2007 – 2011 (%)</i>	30
<i>Tab. 3: Makroekonomická data České republiky v letech 2007 – 2011 (%)</i>	32
<i>Tab. 4: Nově registrované vozy ve vybraných zemích v období 2007 – 2011</i>	44
<i>Tab. 5: Nově registrované vozy ve vybraných zemích v období 2007 – 2011</i>	46
<i>Tab. 6: Nově registrované vozy ve vybraných zemích v období 2007 – 2011</i>	47
<i>Tab. 7: Nově registrované vozy ve vybraných zemích v období 2007 – 2011</i>	49
<i>Tab. 8: Nově registrované vozy ve vybraných zemích v období 2007 – 2011</i>	50
<i>Tab. 9: Registrace nových vozů v České republice v letech 2007 - 2011</i>	52
<i>Tab. 10: Vývoj vybraných ukazatelů v období 2002 - 2007</i>	63
<i>Tab. 11: Výroba a dodávky vozů společnosti ŠKODA AUTO, a.s.</i>	65
<i>Tab. 12: Prodeje ŠKODA AUTO na vybraných trzích v roce 2011</i>	69
<i>Tab. 13: Vývoj prodejů modelových řad v období 2008 - 2011</i>	72
<i>Tab. 14: Vývoj zaměstnanosti v letech 2002 – 2007 ve společnosti ŠA, a. s.</i>	74
<i>Tab. 15: Vývoj zaměstnanosti v letech 2008 – 2011 ve společnosti ŠA, a. s.</i>	75
<i>Tab. 16: Vývoj podílu dosaženého vzdělání u zaměstnanců ŠA, v období 2008 - 2010</i>	76

Seznam zkratek

AZNP	Automobilový závod národní podnik
CZK	Česká koruna
ČSÚ	Český statistický úřad
DPH	Daň z přidané hodnoty
EU	Evropská unie
EUR	Euro
HDP	Hrubý domácí produkt
MMF	Mezinárodní měnový fond
NERV	Národní ekonomická rada vlády
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (Organisation for Economic Co-operation and Development)
ŠA	ŠKODA AUTO, a. s.
USA	Spojené státy americké (United States of America)
VW	Volkswagen

Úvod

V dnešní moderní společnosti se v posledních letech nejvíce diskutovaným tématem stalo slovo krize. Ať už se jedná o finanční, hospodářskou nebo krizi hodnot a důvěry, vždy vzbuzuje v lidech obavu a strach.

Tématem této práce je hospodářská krize, která se dotkla celého světa a mnoha podniků v České republice. Pro pochopení všech příčin vzniku krize, je nutností zabývat se také krizí finanční, která předcházela hospodářskému poklesu. Toto téma je velmi aktuální, ať už z pohledu firem, které se musí s krizí denně potýkat nebo z pohledu obyčejných lidí, kteří se denně dovídají nová fakta prostřednictvím médií.

Téma hospodářská krize bylo vybráno právě z důvodu jeho aktuálnosti a potřeby vysvětlení příčin, průběhu a dopadů krize na ekonomiku České republiky a vybraného podniku.

Existuje mnoho názorů na současnou krizi. Mnoho ekonomů a politiků se tomuto tématu věnuje ve svých publikacích nebo přednáškách. Ve své knize Finance po krizi: důsledky hospodářské recese a co bude dál, se Pavel Kohout věnuje stavu ekonomiky a financí od Velké deprese až po současnou krizi. V roce 2010 pak bylo vydáno několik sborníků textů Fontes Rerum od českých i zahraničních ekonomů a politiků, jako například sborník Globální finanční a ekonomická krize a její východiska. Eva Klvačová společně se svými kolegy ve své knize Světová ekonomická krize: příčiny, projevy, perspektivy rovněž velmi podrobně vysvětluje hospodářskou a ekonomickou krizi. Další publikací, která byla přeložena do českého jazyka je Velká finanční krize, příčiny a následky od Johna Bellamy Fostera a Freda Magdoffa. Mezi zahraniční publikace lze zařadit knihu Thomase E. Woodse jr. - Meltdown. A free-market, look at why the stock market collapsed, the economy tanked, and government bailouts will make things worse. V českém znění Krach, příčiny krize a nápravná opatření, která ji jen zhoršují.

Hlavním cílem této práce je analýza hospodářské krize, nečekané rozšíření do celého světa a především její projevy v České republice a ekonomice vybraného podniku. Při pozorném zkoumání důsledků krize na vybraném podniku, je pozornost věnována těmto hypotézám:

Hypotéza 1: Ve společnosti ŠKODA AUTO, a. s. došlo během krize k poklesu prodejů na domácích i zahraničních trzích

Hypotéza 2: Společnost zaznamenala pokles prodejů a zájmu u všech modelových řad vozů

Hypotéza 3: Společnost byla nucena v průběhu krize snižovat počet svých zaměstnanců

V první části diplomové práce je vysvětlena největší krize až do současnosti – Velká hospodářská krize. Příčiny vzniku Velké deprese bývají často spojovány se současnou krizí a mnoho ekonomů se při její analýze obrací právě do třicátých let minulého století.

Z hlediska finanční krize je vysvětlen její vznik ve Spojených státech amerických, průběh a její rozšíření do celého světa. Pozornost je věnována i názorům jednotlivých domácích i zahraničních ekonomů, kteří vidí za příčinou finanční krize více faktorů.

Další kapitolou teoretické části je detailní rozbor hospodářské krize a její dopad na vybrané evropské státy. Dále je analyzován průběh krize v České republice, názory jednotlivých odborníků na toto téma a jejich návrhy na krizová opatření. Stručně je také vysvětlen možný budoucí vývoj ekonomiky České republiky.

V praktické části je pak analyzován dopad hospodářské krize nejprve na celý automobilový trh a poté na vybraný podnik. Krize se nejen v České republice dotkla automobilového průmyslu, a právě proto byl zvolen největší český výrobce automobilů, který je znám po celém světě. Společnost ŠKODA AUTO, a. s. zaznamenala během této hospodářské recese pokles zájmu svých zákazníků a prodejů automobilů. Vzhledem k tomuto stavu musela společnost použít řadu krizových opatření a nevyhnula se ani propouštění svých zaměstnanců. Všechny tyto hypotézy a vybrané ekonomické ukazatele jsou v této práci podrobeny detailní analýze.

1 Vysvětlení pojmů

Předtím než bude podrobně analyzováno téma hospodářská krize a příčiny jejího vzniku je velmi důležité vysvětlit pojmy s krizí spojené. Nejdříve je nutné zabývat se pojmem „krize“. Dále pak objasnit slovní spojení „finanční krize“ a na závěr analyzovat pojem „hospodářská krize“. Je důležité tyto dva pojmy rozlišovat, přestože mnoho lidí používá pro vyjádření současné krize jen pojem „finanční krize“.

1.1 Pojem „krize“

Podle ekonomického výkladového slovníku se jedná o: „*nahromadění negativních vlivů, které znemožňují fungování v dané oblasti.*“¹

Dle Velké ekonomické encyklopedie označuje krize sestupné fáze hospodářského cyklu.² Přesnější definicí je podle ekonomického slovníku: „*Proces zvratu hospodářského cyklu v jeho nejvyšším bodě, kterým je zastavena fáze expanze a hospodářství se dostává do fáze deprese.*“³

Charakteristickými rysy bývá nejčastěji pokles agregátní poptávky, hrubého domácího produktu, růst nezaměstnanosti, četné úpadky firem a pokles investiční aktivity.⁴

1.2 Pojem „finanční krize“

Robert Holman ve své knize Ekonomie přiložil finanční krizi tuto definici: „*Finanční krize je zhroutení tržních cen a aktiv. Příčinou bývá ztráta důvěry investorů v domácí aktiva a snaha převést majetek do peněžních zůstatků nebo do zahraničních aktiv.*“⁵

¹ FIALOVÁ, H., J. FIALA. Ekonomický výkladový slovník. 9. vyd. Praha, 2011. s. 87. ISBN 978-80-903804

² ŽÁK, M. a kol., Velká ekonomická encyklopedie, Praha, 1999. s. 362. ISBN 80-7201-172-3

³ ECHAUDÉMAISON, C. aj., Slovník ekonomie a sociálních věd. Praha, 1995. s. 153. ISBN 80-85764-13

⁴ Tamtéž, s. 50

⁵ HOLMAN, R., Ekonomie, 4. vyd. Praha, 2005. s. 687. ISBN 880-7179-681-6

Existuje několik druhů finanční krize – měnová, bankovní, dluhová nebo úvěrová. Své stopy v paměti České republiky nejvíce zanechala krize bankovní, která postihla bankovní sektor ve druhé polovině 90. let. Podle Mezinárodního měnového fondu je bankovní krize charakterizovaná těmito podmínkami: „*Jedná se hlavně o poměr špatných aktiv k celkovým aktivům, který převýšil 10 % nebo také o převýšení nákladů na záchranu bank větší než dvě procenta hrubého domácího produktu. Dále problémy bankovního systému vyústí ve znárodnění bank a vláda reaguje na problémy bankovního systému zmrazením vkladů.*“⁶

Mezi hlavní dopady finanční krize patří úvěrová tíseň, negativní majetkové efekty vyplývající z propadu cen akcií, propady exportních trhů, riziko neplacení dluhů, negativní očekávání do budoucnosti, pokles ekonomických aktivit a růst nezaměstnanosti.⁷

1.3 Pojem „hospodářská krize“

V mnoha publikacích bývá pojem „hospodářská krize“ vysvětlen jako jedna ze čtyř fází hospodářských cyklů.⁸

Velmi kontroverzní je však názor ekonoma a prezidenta České republiky Václava Klause, který hospodářskou krizi přirovnal k chřipce. „*A Podobně jako chřipka přichází do života lidí po celém světě, tak také odejde.*“⁹ Podle jeho názoru se nejedná o zlehčování dopadů krize, ale o upozornění, že krize musí proběhnout, protože je to z jeho pohledu ozdravný proces. Krize je tedy nezbytnou a nenahraditelnou likvidací chybných ekonomických aktivit.

⁶ HINDLS, R. aj., Ekonomický slovník. Praha, 2005. s. 25. ISBN 80-7179-819-3

⁷ FOSTER, B., MAGDOFF, F., Velká finanční krize: příčiny a následky, 2009. s. 92. ISBN:978-80-902831

⁸ ŽÁK, M. a kol., Velká ekonomická encyklopedie, s. 171

⁹ KLVAČOVÁ, E., Světová ekonomická krize: příčiny, projevy, perspektivy, Praha, 2009. s. 9. ISBN 978-80-7431-012-6

2 Velká deprese a současná finanční krize

2.1 Velká hospodářská krize

Existují události, které mění dějiny. Jedná se o takzvané historické milníky, které rozdělují čas na „předtím“ a „potom“. Jedna z těchto důležitých událostí v naší historii byla beze sporu Velká hospodářská krize ve třicátých letech, velmi často také označována Velká deprese. Po Velké depresi se změnila teoretická i praktická ekonomie a jak uvádí Pavel Kohout ve své knize Finance po krizi, nezbyvá než doufat, že se lidstvo z této doposud největší krize poučilo a ekonomika se zbavila některých starých předsudků, které v letech 1929 – 1932 vedly k největšímu hospodářskému propadu v novověkých dějinách.¹⁰

Velká deprese, přišla po období ekonomického růstu ve Spojených státech amerických, který s sebou přinášel stoupající ochotu investorů investovat do akcií. Zatímco Evropa se stále vzpamatovala z 2. světové války, ve Spojených státech amerických byl růst podporován expanzivní politikou levných úvěrů. Mezi charakteristické rysy amerického hospodářství dvacátých let 20. století patřil především zlatý měnový standart, provázanost komerčního a investičního bankovníctví. Významné postavení měly v tomto období banky, které vklady od svých zákazníků investovaly do akciového trhu. Důležité je zdůraznit, že neexistovala jasná a závazná pravidla pro tvorbu rezerv nebo kurzové ztráty cenných papírů. Banky tedy dosahovaly vysokých zisků, z kterých poskytovaly levné úvěry bez předchozího prověření platebních schopností svých klientů.¹¹

Zásadní zlom nastal 21. října 1929, kdy se newyorská burza začala hroutit. Vše vyústilo v úterý 29. října, který je znám jako „Černý pátek“, ve skutečnosti to byl však čtvrtek 24. října, kdy selhaly poslední pokusy největších bank o tržní intervenci formou nákupů akcií ve prospěch jejich kurzů. Pokles trhu se změnil v pád a majetek bank, který byl uložen převážně v akciových portfoliích, začal nenávratně mizet. Ještě stále bylo možné americkou ekonomiku zachránit. Federální rezervní systém zastával během dvacátých let politiku nízkých úrokových sazeb, což sice vedlo k ekonomickému růstu, ale i k přehřátí

¹⁰ KOHOUT, P., Finance po krizi a co bude dál. 2. vyd. Praha, 2010. s. 10. ISBN 978-80-247-3583-2

¹¹ Tamtéž, s. 162

ekonomiky. Právě díky zlatému standartu, kterému federální rezervní systém věřil, že je zárukou stability, zavedl restriktivní měnovou politiku a zvýšil úrokové míry. Kdyby naopak provedl expanzivní měnovou politiku, tak by bylo ještě možné americký bankovní systém zachránit. Bohužel důsledky byly katastrofální, došlo k vyčerpání bankovních rezerv a banky začaly reagovat prodejem akcií. Vkladatelé naopak začali vybírat své peníze a mnozí z nich o své vklady přišli. Vzhledem k nedostatku likvidity bank, firmy nemohly dostat potřebné úvěry, a proto mnoho z nich zbankrotovalo. Dalším problémem byl prudký pokles cen zemědělské půdy a nemovitostí.¹²

Mezi opatření, která měla zamezit dopadům Velké hospodářské krize, patřilo především zavedení povinného pojištění vkladů a zákonů na ochranu drobných akcionářů. Federální rezervní systém se i dlouhá léta po krizi snažil udržet zlatý standart, což nebylo možné, a proto v roce 1971 prezident Nixon tuto éru ukončil. Krize trvala několik let, ale přinesla řadu změn - stabilní bankovní sektor a regulaci kapitálových trhů, které vedly k tomu, že až do roku 2007 se žádná takto rozsáhlá krize neopakovala.¹³

2.2 Současná finanční krize

Předtím než bude vysvětlen samotný průběh hospodářské krize, je nutné, aby byla pozornost věnována finanční krizi, která byla spouštěcím mechanismem současné krize.

Celkový pohled na současnou krizi a její dopad na světovou ekonomiku lze vyjádřit slovy amerického ekonoma Josepha Stiglitze. *„Finanční krize je plodem nepoctivosti na straně finančních institucí a nekompetentnosti na straně politiků. Americký finanční systém selhal ve svých dvou klíčových druzích odpovědnosti: řízení rizika a alokaci kapitálu. Je smutné, že mnohé z nejhorších prvků finančního systému USA – toxické hypotéky a praktiky, které k nim vedly – byly exportovány do zbytku světa. To vše se dělo ve jménu inovace a jakákoli regulatorní iniciativa byla zavrhována s odůvodněním, že by inovaci ohrozila. Tak se inovovalo, ale nikoli způsobem, který by ekonomiku posílil. Nejlepší mozky v USA věnovaly*

¹² KOHOUT, P., Finance po krizi a co bude dál, s. 163

¹³ Tamtéž, s. 164

*svůj talent na obcházení standardů a regulací, zajišťujících efektivní chod a bezpečnost bankovního systému. Bohužel úspěšně a my všichni – majitelé domů, zaměstnanci, investoři, daňoví poplatníci – za to platíme.*¹⁴

Současná finanční a ekonomická krize začala v roce 2007 nejprve jako hypoteční krize ve Spojených státech amerických. V létě 2008 se rozšířila na finanční krizi a poté se na podzim 2008 stala i krizí reálné ekonomiky.¹⁵

Za rozpoutání krize na finančním trhu ve Spojených státech amerických stál krach dvou gigantů – banky Lehman Brothers a pojišťovny AIG. Následovalo prudké snížení akcií nejdříve na trzích v Asii, a poté po celém světě. Právě rychlost jakou se finanční krize rozšířila do celého světa, se stalo jedním z její charakteristických rysů.¹⁶

Podle oborníků největší dopady finanční krize zaznamenaly státy s anglosaským a liberálním modelem ekonomiky, především tedy ve Spojených státech amerických a některých státech západní Evropy.¹⁷ Odhady uvádějí, že ztráty evropských bank dosahují až 1,1 bilionu Euro a je více než jasné, že toto břemeno musí nést daňoví poplatníci ve všech státech Evropské unie.¹⁸

Na Summitu G-20 z listopadu 2008 byly zkoumány hlavní příčiny finanční a hospodářské krize. Příčinou krize se uváděly hlavně měnové a kurzové politiky, které vedly k nadměrné likviditě, chybějící legislativní úprava některých oblastí a snaha dosáhnout nereálných výnosů, což bylo spojené i s nedostatečným zvážením rizik.¹⁹

S finanční krizí je spojeno mnoho dalších faktorů, které ji způsobily, a také jejich vnitřní propojenost, která ji ještě zesílila a rozšířila. Mezi hlavní okolnosti, které způsobily obrovské problémy především v americké ekonomice, patřily snahy o vyšší výnosy spojené s rizikovějšími investicemi v podmínkách nízkých úrokových sazeb a také

¹⁴ KLVAČOVÁ, E., Světová ekonomická krize: příčiny, projevy, perspektivy, s. 9

¹⁵ FOSTER, J., MAGDOFF F., Velká finanční krize, příčiny a následky, s. 11

¹⁶ Tamtéž, s. 113

¹⁷ FONTES RERUM, Globální finanční a ekonomická krize a její východiska. Dráčov, 2010. s. 14.

¹⁸ Tamtéž, s. 70

¹⁹ KLVAČOVÁ, E., Světová ekonomická krize, příčiny projevy, perspektivy, s. 33

oslabení pozornosti, která by měla být věnována riziku ve finančním sektoru. Samozřejmě svou roli sehrály také psychologické a sociologické aspekty. Jednalo se hlavně o vzrůstající tendence k žití na dluh spojené se snižující se odpovědností.²⁰

Podle českého ekonoma a politika Jana Mládka je příčinou finanční krize jednoznačně dlouhodobý život na dluh ve Spojených státech amerických, který Američané dotáhli k úplné dokonalosti. Americké banky dávali hypotéky i nezaměstnaným občanům a dokonce Hispáncům, kteří byli v USA nelegálně. Nízké úroky během prvních dvou let splácení a následný vysoký úrok ve třetím roce, se kterým si domácnosti nebyly schopny poradit, považuje Mládek za klíčový problém v celém finančním systému Spojených států. „Hypotéka se změnila v dostupný spotřebitelský úvěr.“²¹

Dalším pojmem, se kterým se čím dál více spojuje slovo „finanční krize“ je jednoznačně naprosté selhání důvěry, ať ze strany spotřebitele nebo investora. Finanční systém je odlišný, jedná se o virtuální oblast. Dříve se k finančním transakcím používalo zlato, které má svou hodnotu. Poté se k obchodnímu styku používaly kovové mince a papírové bankovky. Dnes probíhá platební styk především prostřednictvím internetových transakcí, tím se finance čím dál více vzdalují skutečnosti, a proto je jejich postavení v reálné ekonomice odlišné. U finančních operací je nutný pečlivý dohled státu, silná regulace, protože mají dlouhodobější účinky než ostatní transakce.²²

V dnešní době daňoví poplatníci nedůvěřují lidem, kteří finanční systém řídí. Důsledkem toho, lidé raději drží své peníze v bezpečí. Nákup zboží odkládají na později, podle toho, jak se bude vyvíjet ekonomika. Jediným východiskem zůstává obnovení důvěry, aby investoři začali investovat své peníze a lidé začali opět nakupovat.²³

Od zhroutení pyramidové hry s úvěry na bydlení z poloviny roku 2007 v USA, kdy vypůjčovatelé se špatnou bonitou získávali hypotéky a banky je poté převáděly na třetí osoby, začaly vznikat nové spekulativní a neprůhledné finanční produkty, které se

²⁰ KLVAČOVÁ, E., Světová ekonomická krize, příčiny projevy, perspektivy. s. 36

²¹ FONTES RERUM, Americká finanční krize a její dopady na Českou republiku. Dráčov, 2010. s. 48

²² FONTES RERUM, Globální a ekonomická krize a její východiska. s. 63

²³ Tamtéž, s. 62

vymykaly kontrole, se celý svět ponořil do nejistoty a nedůvěry mezi finančními institucemi. Svět se tedy dostal od hypoteční krize až ke globální recesi, jejíž délku a hloubku nemůže nikdo předvídat.

Mezi hlavní dopady finanční krize na reálnou ekonomiku se řadí propady exportních trhů, pokles ekonomických aktivit, růst nezaměstnanosti a samozřejmě také negativní očekávání do budoucnosti.²⁴

2.3 Finanční krize v České republice

Podle řady českých ekonomů se finanční krize České republiky do značné míry vyhnula. Pravdou je, že se tuzemské banky většinou až na některé výjimky vyvarovaly investic do cenných papírů navázaných na americký trh. Privatizace a sanace českého bankovního sektoru proběhla nedávno a proto je bankovní sektor velmi stabilní.²⁵ České banky nejsou závislé na cizích finančních zdrojích, protože mají své úvěry pokryty vklady. Značnou měrou se na tom také podílí ponaučení z historie – kuponové privatizace.²⁶ Lidé drží své peníze na terminovaných účtech a jinak zajištěných vkladech. Dalším důvodem, je bezpochyby menší počet hypotečních úvěrů než ve Spojených státech amerických. V České republice v roce 2009 dostalo tento úvěr jen 18 % domácností, a to především ti nejbohatší a vyšší střední třída, oproti tomu 98 % amerických domácností je na svých nemovitostech zatíženo hypotékou.²⁷

Výše uvedená tvrzení podporuje také názor Jiřího Kunerta, presidenta České bankovní asociace, který potvrzuje: „*Bankovní sektor v České republice je v pořádku a nebyl zasažen takovým způsobem, jako bankovní sektory v některých ostatních zemích.*“ Jako důvody Kunert uvádí především vlastnictví českých bank zahraničními investory a dlouhé období nízkých úrokových sazeb, které nevyvolávaly potřebu, aby se podniky zadlužovali v cizí měně.²⁸

²⁴ KOHOUT, P., Finance po krizi a co bude dál, s. 16

²⁵ KOVANDA, L., Příběh dokonalé bouře. Praha, 2009. s. 112. ISBN 977-18-041-70000-8

²⁶ FONTES RERUM, Světová finanční a hospodářská krize: je to už za námi?, Dráčov, 2009. s. 22

²⁷ FONTES RERUM, Americká finanční krize a její dopady na ČR, s. 48

²⁸ FONTES RERUM, Globální a ekonomická krize a její východiska, s. 55

Není to ovšem tak, že by se celý svět v roce 2008 ponořil do finanční krize a Česká republika žádné dopady krize nepocítila. Banky musely reagovat na situaci ve světě a ve velké míře pozastavily nebo zpřísnily podmínky pro udělování úvěrů. Dále byly nuceny odepsat značnou část ze svých ztrát a dostalo se jim také fiskální pomoci. Centrální banka reagovala koordinovaným snížením úrokové sazby a vykupovala státní cenné papíry.²⁹

V České republice se finanční krize naplno neprojevila, ale byla importována v podobě krize důvěry, která se plně projevila po pádu Lehman Brothers. Banky se mezi sebou začaly podezřívat a přestaly si navzájem půjčovat. Právě z toho důvodu byly banky nuceny stanovit limity, které vedly k špatnému fungování peněžního a mezibankovní trhu.³⁰

Jak je uvedeno výše, české bankovníctví krizi překonalo dobře, a mnoho bank v tomto období vykázalo zisk, na rozdíl od hospodářské krize, která ukázala svou sílu především po propadu německých trhů.

²⁹ FONTES RERUM, Americká finanční krize a její dopady na ČR, s. 12

³⁰ FONTES RERUM, Globální finanční a ekonomická krize a její východiska, s. 56

3 Hospodářská krize a její dopad na Evropu

Mnoho ekonomů a odborníků, kteří se pohybují v bankovním sektoru, zastává takový názor, že pokud selže finanční systém, důsledkem toho nejčastěji bývá zhroucení hospodářství.³¹ Tyto názory byly ještě více potvrzeny současnou krizí. Hospodářská recese zasáhla celý svět, vyústila k nevyužívání výrobních kapacit i výrobních faktorů a přiblížila se rozsahem důsledkům Velké hospodářské krize z minulého století. Vyvolala ohromné škody, ať už ve finančním sektoru nebo celkovém hospodářství. Vlády všech států po celém světě vynaložily nemalé prostředky na snížení dopadů recese na ekonomiky svých států a jednotlivé podnikatelské subjekty. Je více než jasné, že tato opatření se mohou projevit až s časovým zpožděním, to také vysvětluje, proč v prvním čtvrtletí 2009 recese stále páchala škody. Změny nastaly až ve druhém a třetím čtvrtletí roku 2009, kdy ekonomická výkonnost přestala klesat a postupem času byl obnoven i růst HDP.³² Přední politici a představitelé jednotlivých států si také musí uvědomit, jak je nutné rozlišit a oddělit řešení bezprostředních krizových opatření od dlouhodobých reforem.³³

Na podzim roku 2008 se v hospodářsky vyspělých státech po vzoru Spojených států Amerických a Japonska, zejména tedy v Evropské unii, drasticky omezila souhrnná domácí spotřeba. Z důvodu poklesu domácí poptávky a nedostatku obchodních úvěrů, došlo také k radikálnímu omezení importu, což se projevilo do dalších zemí, které jsou silně exportně orientovány. Mezi říjnem 2008 a lednem 2009 pak došlo k omezení světové průmyslové produkce o 8 % a k poklesu objemu mezinárodního obchodu o 17 %, což bylo dokonce více než v době Velké hospodářské krize v 30. letech minulého století. Situace se začala zlepšovat až po obrovských částkách fiskální pomoci vlád jednotlivých států.³⁴

Ekonomiky zemí Evropské unie zaznamenaly v době hospodářské krize největší propad za posledních 50 let. Na podzim 2009 se však začala situace pomalu zlepšovat a to zejména ve Francii a Německu. Zlepšení se týkalo především automobilového průmyslu, což bylo z důvodu zavedení šrotovací prémie a také díky tradičnímu exportu investičních statků v Německu. Ve zpracovatelském průmyslu se koncem roku 2009 situace také mírně zlepšila

³¹ WOODS, T., Krach: příčiny krize a nápravná opatření, která ji jen zhoršují. Praha, 2010. s. 19

³² KLVAČOVÁ, E., Světová ekonomická krize: příčiny, projevy, perspektivy, s. 89

³³ FONTES RERUM, Globální finanční a ekonomická krize a její východiska, s. 62

³⁴ KLVAČOVÁ, E., Světová ekonomická krize: příčiny, projevy, perspektivy, s. 90

a obnovil se příliv zahraničních zakázek. Velké problémy nadále přetrvávají v počtu nezaměstnaných a to převážně z důvodů bankrotujících podniků. Tento problém z části vyřešilo zavedení zkrácené pracovní doby (Kurzarbeit), což umožnilo podnikům udržení části kvalifikovaných zaměstnanců. Vzhledem k snižování platů zaměstnanců, omezovali obyvatelé Evropy své nákupy, a tím se snížil i maloobchodní obrát.³⁵

3.1 Situace a řešení krize ve vybraných státech Evropy

Jak již bylo uvedeno, hospodářská krize je označována za globální, protože zasáhla všechny státy po celém světě. Některé se s krizí vypořádaly lépe, jiné měly značné problémy se stanovením a aplikací nápravných opatření. Je zřejmé, že opatření aplikovaná v jednom státě se velmi dotýkala i okolních států, což je typické právě pro Evropskou unii.

Velkou pozornost celé Evropy si tak vyžádala krizová opatření navržená například v Německu, což je dáno především velkou závislostí sousedních států na této ekonomice z hlediska mezinárodního obchodu. Mezi tyto země patří i Česká republika, pro kterou je Německo hlavním obchodním partnerem. Spolková republika se v období krize potýkala především s problémem poklesu zahraničního obchodu, což představovalo závažný problém, protože do roku 2008 bylo Německo označováno za největšího exportéra světa. Mezi další problém patřila vyšší míra úspor a pokles spotřeby v německé ekonomice, což bylo jednoznačně přisuzováno rozpoutáním finanční krize ve Spojených státech. Německá vláda musela začít jednat a přijmout krizová opatření.³⁶

V První fázi se jednalo o zavedení balíčku opatření, v Německu nazývaných – Konjunkturpaket (ekonomický stimulační balíček), které si vyžádaly pomoc v celkové hodnotě 50 miliard eur. Tento první balíček finanční pomoci obsahoval již zmíněný návrh šrotovací prémie, zkrácení pracovního úvazku, ale také zavedení zrychlených odpisů a mimořádných odpisů pro malé podniky. Velmi významnou součástí Konjunkturpaket I byly rozsáhlé investice do infrastruktury. Všechna opatření i investice byly velmi dobře

³⁵ KLVAČOVÁ, E., Světová ekonomická krize: příčiny, projevy, perspektivy, s. 95

³⁶ FONTES RERUM, Světová finanční a hospodářská krize: je to za námi?, s. 33

rozpracované a finančně velmi rozsáhlé, avšak krize byla větší, než se předpokládalo, proto musela německá vláda v roce 2009 zavést další balíček opatření Konjunkturpaket II ve stejné výši, tedy 50 miliard eur, který obsahoval především opatření na snížení daně z příjmu, zvýšení přídatků na děti, ale také investice do zelených energií.³⁷

Protikrizové balíčky Konjunkturpaket I, II byly zavedeny také v Rakousku, které v roce 2009 zaznamenalo nejprudší propad hrubého domácího produktu od roku 1945. Mezi nejvýznamnější opatření patřily také, jako tomu bylo v Německu, investice do infrastruktury a to ve výši 1,4 miliard eur. Dále se rakouská vláda pokusila o snížení finanční zátěže podnikatelům, zvýšení disponibilních příjmů domácností a daňovou reformu.³⁸

Naopak zatímco výše uvedené země, které před krizí dosahovaly výborných ekonomických výsledků, Francie se od roku 2003 potýkala s deficitem obchodní bilance a poklesem konkurenceschopnosti svých výrobků. V letech 2008 až 2009 z důvodu eliminace dopadů krize, začala Francie zavádět opatření ke stabilizaci a konsolidaci finančního sektoru, které se vyšplhaly až na 6,6 miliard eur. Dále vypracovala plán na podporu investic v celkové hodnotě 26 miliard eur a zavedla Strategický investiční fond.³⁹

Další zemí, kterou krize velmi zasáhla je Velká Británie. Tato země se po rozpoutání finanční krize začala potýkat s velkými výpadky v příjmech státu ve finančním sektoru. Finanční centrum City uprostřed Londýna dosáhlo obrovských ztrát během krize, a proto musela vláda začít jednat. Snaha vlády o získání příjmů vedla k vypracování plánu na zvýšení školného až na trojnásobek současného. Školné by se tak pohybovalo okolo 9 000 liber za rok, což se samozřejmě nelíbilo studentům škol a proto si toto opatření vyžádalo velké protesty především ze strany mladých studujících obyvatel. Vláda byla také nucena vypracovat plán snížení výdajů na veřejné služby, jednalo se o snížení těchto výdajů ve výši 81 miliard liber v následujících čtyřech letech. Nevyhnula se ani propouštění

³⁷ KOVANDA, L., Příběh dokonalé bouře, s. 29

³⁸ POTUŽÁKOVÁ, Z., Komparace ekonomik EU, s. 19

³⁹ KOHOUT, P., Finance po krizi a co bude dál, s. 232

zaměstnanců státního sektoru. O práci během krize přišlo až 490 000 zaměstnanců a zbytku byla vláda nucena zmrazit mzdy.⁴⁰

Všechny země, které byly silně napojeny na Spojené státy americké, finanční i hospodářská krize velmi zasáhla. Jednou z nich je také Irsko, které v 90. letech prožívalo svůj ekonomický zázrak i díky velmi velkým objemům zahraničních investic ze strany Spojených států. Irsko před krizí vykazovalo vysoká tempa růstu a mělo bankovní sektor úzce napojen na Spojené státy. V roce 2008 se po propuknutí krize irská vláda zaručila za všechny závazky bank, aby uklidnila situaci po krachu Lehman Brothers. Situace byla však neúnosná a na přelomu roku 2009 a 2010 došlo k sanaci irských bank, kdy celkový objem závazků činil okolo 320 % hrubého domácího produktu. V listopadu 2010 již vláda nebyla schopna situaci zvládnout a požádala o pomoc Evropskou unii. Dostalo se jí pomoci ve výši 85 miliard eur od Evropské unie a Mezinárodního měnového fondu. Jako důsledek krize byl Irsku snížen rating na BBB a krizi nepřestála ani vláda. V roce 2011 se stal premiérem Enda Kenny, který požadoval rozsáhlé reformy. Navrhl čtyřletý plán obnovy a úspornější rozpočet, dále provedl škrty ve výši 6 miliard eur zejména v sociální oblasti.⁴¹

Velmi podobná situace panovala v období krize také ve Španělsku, které pocítilo velmi výrazné dopady na svou ekonomiku. Španělsko se potýkalo především se značnými problémy v bankovním sektoru. Banky poskytovaly levné úvěry a spekovaly na trhu s nemovitostmi. Dle Mezinárodního měnového fondu by bankovní sektor potřeboval pomoc až 120 miliard eur, aby se z této situace dostal. V období krize se Španělsko potýkalo také s extrémně vysokou nezaměstnaností a to až okolo 22 %.⁴²

Dalším krizí velmi zasaženým státem je Řecko, které po Olympijských hrách v Aténách zaznamenalo pokles tempa růstu hospodářské dynamiky. Krize měla velký dopad především na turismus, který je pro řeckou ekonomiku klíčový a má velký podíl na hrubém domácím produktu. Hospodářský pokles vedl ještě k většímu prohloubení deficitu státního rozpočtu a byla tedy nutná pomoc Eurozóny a Mezinárodního měnového fondu, která

⁴⁰ POTUŽÁKOVÁ, Z., Komparace ekonomik EU, s. 18

⁴¹ KOHOUT, P., Finance po krizi a co bude dál, s. 240 - 241

⁴² Tamtéž, s. 13

vystoupala až do výše 110 miliard eur. Řecko se s krizí potýká i v současnosti a mnoho států Eurozóny už dochází trpělivost a nechtějí tento stát dále finančně podporovat.⁴³

Jedním ze států, který měl obrovské problémy během krize, ale i před krizí je Portugalsko. Hospodářská krize zde byla spíše eskalací dlouhodobých problémů. Portugalsko se potýkalo s fiskálními deficity v důsledku poklesu hrubého domácího produktu a strnulého trhu práce. Z důvodů obav z řeckého vývoje bylo nutné provést škrty v rozpočtu, zvýšení daní a snížení platů ve státním sektoru. V roce 2011 byl stanoven plán, kdy musí Portugalsko splatit trojnásobek dluhů, než tomu bylo v roce 2010. Bohužel ani další emise dluhopisů nevyřešila dopady krize na tento stát, který musel v dubnu roku 2011 požádat o finanční pomoc ve výši 80 miliard eur.⁴⁴ Žádosti o finanční pomoc Portugalsku bylo vyhověno jak ze strany MMF, tak ze strany EU. Podle dohody těchto institucí půjčku ve výši 26 miliard eur zajistí MMF, přičemž první část půjčky ve výši 6,1 miliardy eur poskytne okamžitě, aby zmírnil obavy investorů. Další část finanční pomoci pak poskytne EU a to ve výši 52 miliard eur.⁴⁵

Dalším jižním státem, který v krizi zaznamenal jen vyústění svých dlouhodobých problémů je Itálie, které se před krizí nepodařilo prosadit některé reformy, hrubý domácí produkt rostl jen velmi pomalu a podniky se po vstupu do Eurozóny příliš nepřizpůsobily ekonomikám svých sousedů. Pro Itálii je typická dlouhodobá stagnace vnitřního trhu a rostoucí závislost na vývozu. Především závislost na vývozu byla v době hospodářského poklesu velkým problémem z důvodu stagnace na trzích, kam Itálie vyváží. Dalším obrovským problémem je velmi vysoká zadluženost země, kdy dluhopisy v roce 2011 dosáhly až 3 miliard eur. I přes tyto závažné problémy je Itálie považována za relativně nejbezpečnější zemi oproti ostatním jižním státům. Podle nejnovějších prognóz, ale nedosáhne předkrizových hodnot až do roku 2015, kdy tahounem ekonomiky by měl být stále vývoz. Navzdory rozsáhlým opatřením rozpočtový deficit a veřejný dluh stále zůstávají velmi vysoké. Veřejný dluh se v roce 2011 pohyboval okolo 120 %. Nutnost pomoci si uvědomovala i Evropská unie a především státy Eurozóny, proto pod tlakem okolních států v listopadu 2011 odstoupil premiér Berlusconi, aby v zemi mohly být

⁴³ KOHOUT, P., Finance po krizi a co bude dál, s. 228

⁴⁴ POTUŽÁKOVÁ, Z., Komparace ekonomik EU, s. 30

⁴⁵ THOMSON REUTERS, dostupné z: <http://www.reuters.com/article/2012/02/19/greece-eurogroup-id>

provedeny potřebné reformy a potřebná finanční pomoc mohla být od těchto států poskytnuta.⁴⁶

Největší dopad však měla finanční a hospodářská krize na ostrovní stát Island, který byl nucen vyhlásit státní bankrot. Tento malý stát na severu Evropy zasáhla především finanční krize ve Spojených státech amerických a také špatné hospodaření islandských bank. Další ránou bylo také zpochybnění britského tisku o solventnosti místních bank, kdy nepomohlo zaručení se za domácí vklady. V islandských bankách mělo uloženo své úspory mnoho Britů a Holanďanů a důsledkem krize a špatného hospodaření 400 000 z nich o své vklady přišlo. Bylo tedy nutné zavést fixaci kurzu islandské koruny a zastavení obchodování na finančních trzích, narychlo byl také schválen nouzový zákon, podle kterého stát přebíral kontrolu nad bankami. Celková výše dluhu způsobená bankami se vyšplhala až na hodnotu 9krát vyšší než byl hrubý domácí produkt této země. Krize s sebou přinesla velkou ztrátu důvěry, ať už ze strany místních obyvatel, kteří přestali věřit bankéřům, dále ze strany okolních států, především Británie a Holandska, jejichž vlády se musely za vklady svých obyvatel v islandských bankách zaručit. Obyvatelé Islandu se také po bankrotu své země ostře postavili proti vstupu do Evropské unie a některé země na to reagovaly používáním protiteroristické legislativy vůči této zemi. V roce 2010 vypjatá jednání s Británií pokračovala, ale bez výsledku. Velká Británie zařadila Island na oficiální list nepřátel. Místní obyvatelé začali veřejně protestovat proti vyrovnání s Británií a Holandskem a situace se tím ještě více vyhrotila. Vláda byla nucena aplikovat úsporná opatření a to především omezit veřejné výdaje a zvyšovat příjmy z daní. Dále zavedla nové daně z emisních plynů a emitovala dluhopisy pro financování nově vzniklých bank. Pro vypořádání závazků k Británii, Holandsku a eliminování dopadů krize přislíbil svou pomoc Mezinárodní měnový fond a další státy v celkové výši 4,5 miliard eur. Mezi největší dopady krize na Island patří problémy při získávání úvěrů, pokles důvěry ve stát a obrovský dopad měla krize na turistický ruch. Akcie a dluhopisy nakoupené zejména bohatšími občany ztratily během chvíle svou hodnotu. Na druhou stranu je nutné zmínit, že pro cizince s příjmem v zahraniční měně se stal Island malým rájem, jejichž plat se během pár měsíců zdvojnásobil.⁴⁷

⁴⁶ POTUŽÁKOVÁ, Z., Komparace ekonomik EU, s. 31

⁴⁷ KLVAČOVÁ, E., Světová ekonomická krize: příčiny, projevy, perspektivy, s. 67 - 68

3.1.1 Vývoj vybraných ukazatelů v době krize a současnosti

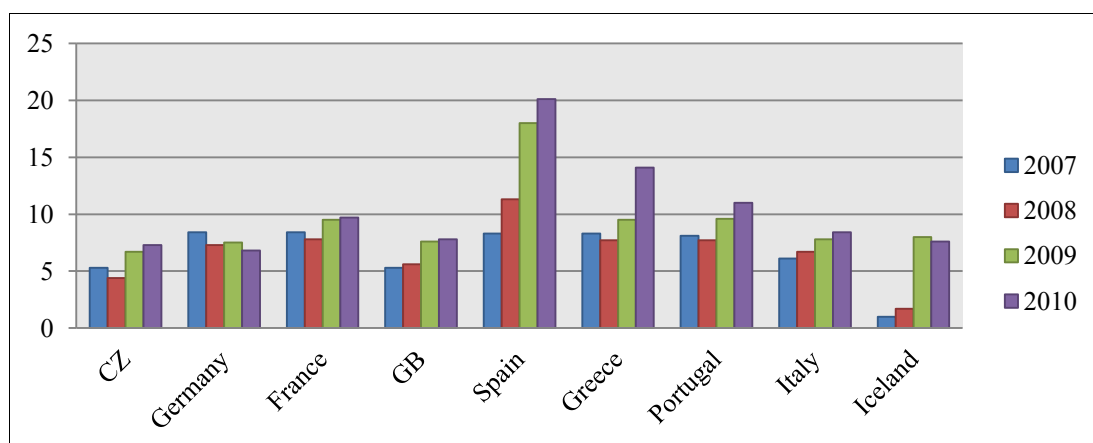
Pro souhrnný obraz situace v jednotlivých státech Evropy slouží následující dvě tabulky. V Tab. 1 je analyzována míra nezaměstnanosti vyjádřená v procentech výše uvedených států v období předkrizovém, v době hospodářského poklesu a v letošním roce. Z Tab. 1 je zřejmé, že největší nezaměstnanost vykazuje Španělsko, kde oproti roku 2007 došlo k více než zdvojnásobení počtu nezaměstnaných. Obrovský nárůst nezaměstnaných je patrný také na Islandu, který byl způsobený již zmíněným bankrotem tohoto státu.

Tab.1: Harmonizovaná míra nezaměstnanosti dle metodiky Eurostat

Země	2007	2008	2009	2010	01/2011	09/2011
Česká republika	5,3	4,4	6,7	7,3	7,0	6,6
Německo	8,4	7,3	7,5	6,8	6,4	5,8
Francie	8,4	7,8	9,5	9,7	9,7	9,9
Velká Británie	5,3	5,6	7,6	7,8	7,8	8,3
Španělsko	8,3	11,3	18,0	20,1	20,4	22,6
Řecko	8,3	7,7	9,5	14,1	14,7	-
Portugalsko	8,1	7,7	9,6	11,0	12,4	12,5
Itálie	6,1	6,7	7,8	8,4	8,2	8,3
Island	1,0	1,7	8,0	7,6	-	-

Zdroj: Eurostat statistics, Harmonized unemployment rate

Tento vývoj nezaměstnanosti graficky zachycuje následující Obr. 1.



Obr.1: Nezaměstnanost vybraných států v období 2007-2010

Zdroj: Eurostat statistics, Harmonized unemployment rate

Zpracování: Vlastní

V Tab. 2 je analyzován vývoj reálného hrubého domácího produktu rovněž v letech 2007 až 2011. V době krize však většina zemí dosahovala spíše poklesu HDP. V roce 2010 docházelo k zlepšení ekonomické situace vybraných států, avšak Řecko a Island stále vykazovaly pokles reálného HDP. V roce 2011 se očekávalo zlepšení světové ekonomické situace, ale v posledních měsících odhady počítají spíše s opětovným hospodářským poklesem vzhledem k dluhové krizi v Evropské unii.

Tab.2: Růst reálného HDP vybraných zemí v letech 2007 – 2011 (%)

Země	2007	2008	2009	2010	01/2011
Česká republika	6,1	2,5	-4,1	2,4	2,3
Německo	2,7	1,0	-4,7	3,7	2,2
Francie	2,4	0,2	-2,6	1,6	1,6
Španělsko	3,6	0,9	-3,7	-0,2	0,7
Velká Británie	2,7	-0,1	-5,0	1,8	2,2
Řecko	4,3	1,3	-2,3	-4,2	-3,0
Portugalsko	2,4	0,0	-2,6	1,3	-1,0
Itálie	1,5	-1,3	-5,0	1,1	1,1
Island	6,0	1,3	-6,7	-4,0	-

Zdroj: Eurostat statistics, Real GDP percentage change

3.1.2 Plán evropské hospodářské obnovy

Z důvodu eliminace dopadů hospodářské krize na jednotlivé členské státy Evropské unie, byla vyhlášena krizová opatření, která mají tuto krizi zmírnit. Tento plán byl Evropskou unií vyhlášen v listopadu 2008 a je velmi podrobný. Hlavní opatření obsažená v tomto plánu se dají shrnout do deseti základních oblastí.

První oblastí, které se Evropská unie v protikrizových opatřeních věnovala, je pomoc nezaměstnaným, které krize zasáhla. Jedná se především o poskytování podpory v nezaměstnanosti, zjednodušení jejich poskytování z Evropského sociálního fondu a zaměření se na nejzranitelnější subjekty. Další opatření souvisí s nezaměstnaností, s kterou se snaží Unie bojovat. Pro snížení počtu nezaměstnaných je nutné vytvořit poptávku po práci, především snížením poplatků u nižších příjmových kategorií nebo poskytování poukázek a služeb pro péči o dítě. Dalším krizovým opatřením je lepší dostupnost

finančních zdrojů pro podniky, prostřednictvím zvýšení prostředků na půjčky od Evropské investiční banky pro menší a střední podniky. Důležité je také snížení administrativní zátěže a podpora podnikání. Evropská unie podporuje možnost založení podniku ve zkrácené době - během 3 dnů a to s nulovými náklady. Dále se snaží o přijetí návrhu statutu Evropské soukromé společnosti nebo snížení poplatku za patentové řízení. Další formou pomoci v době hospodářské krize je snaha o zvyšování investic do modernizace evropské infrastruktury a snaha o zlepšení energetické účinnosti v budovách. Unie se také snaží o co nejrychlejší zavedení ekologických projektů, formou snížené sazby DPH na ekologické výrobky a služby a vyvinutí tlaku na členské státy, aby dodržovaly normy ochrany životního prostředí. V době krize je velmi nutné zvyšovat investice do výzkumu a vývoje, inovace vzdělávání a snažit se poskytnout možnosti vysokorychlostního internetu pro všechny.⁴⁸

3.2 Hospodářská krize v České republice

V květnu 2009 Český statistický úřad oznámil největší pokles české ekonomiky v její novodobé historii. Řada českých firem tento propad už stačila velmi silně pocítit v podobě ubývání zakázek. Důsledkem hospodářského poklesu byly firmy nuceny hledat nové odbytiště, omezovat směny a v nejhorším případě snižovat počet svých zaměstnanců. Řada zaměstnanců se v době krize nevyhnula snížení svých platů a mezd, podniky přehodnotily své plány a záměry. Mnoho firem zvažovalo ukončení své činnosti a některé z nich opravdu své podnikání ukončilo.⁴⁹

Pro nastínění situace v České republice slouží následující Tab. 3, která obsahuje základní makroekonomická data během zkoumaného období. V roce 2009 je patrný zejména pokles spotřeby domácností, které z obav budoucího vývoje svoji spotřebu omezily. Dále česká ekonomika zaznamenala již zmíněný problém s poklesem exportu. V krizovém období je patrné také zvýšení počtu nezaměstnaných a státního dluhu. Především problém vysokého státního dluhu řešila česká vláda po celý rok 2011.

⁴⁸ KLVAČOVÁ, E., Světová ekonomická krize: příčiny, projevy, perspektivy, s. 26

⁴⁹ FONTES RERUM, Globální finanční a ekonomická krize a její východiska, s. 27

Tab.3: Makroekonomická data České republiky v letech 2007 – 2011 (%)

Ukazatel	2007	2008	2009	2010	5/2011
HDP (reálný, změna v %)	5,7	3,1	-4,7	2,7	1,7
Spotřeba domácností (změna v %)	4,1	3,0	-0,4	-0,6	-0,5
Inflace (změna v %)	2,8	6,3	1,0	1,5	1,9
Export (změna v %)	15,0	6,0	-10,0	17,7	9,4
Import (změna v %)	14,3	4,5	-10,1	17,6	7,9
Státní dluh (v mld. Kč)	892,3	999,81	1178,2	1344,1	1499,4
Nezaměstnanost (v %)	6,6	5,4	8,1	9,0	8,3

Zdroj: ČSÚ, Statistická ročenka České republiky 2007 - 2010

Hospodářská krize dorazila do České republiky na počátku roku 2009 a vláda pod vedením předsedy Miroslava Topolánka musela začít jednat. Předseda vlády jmenoval v první polovině ledna Národní ekonomickou radu vlády – NERV, která se skládala z deseti členů, především z akademické půdy a politiky. Všichni členové si uvědomovali, že malá otevřená ekonomika, kterou Česká republika bezpochyby je, bude velmi rychle reagovat na situace z okolních států. Česko exportuje 81 % svého hrubého produktu a mezi největší obchodní partnery patří sousedící Německo, proto se pozornost věnovala především opatřením, které zavedla kancléřka Angela Merkelová. Jak již bylo uvedeno dříve, Spolkové republiky velmi pomohlo zavedení šrotovací prémie. Díky tomuto opatření se zvedl prodej automobilů o 28 % a Mladoboleslavská ŠKODA AUTO, a. s. v roce 2009 prodala na německém trhu o 62 % více, než tomu bylo v roce 2008. Právě z důvodu těchto výsledků se Martin Jahn, člena Národní ekonomické rady vlády a současně šéf ruského Volkswagenu, snažil prosadit šrotovací prémie i v České republice. Kritika ostatních členů Národní ekonomické vlády a také prezidenta Václava Klause nakonec vedla k tomu, že schváleno nebylo.

V únoru 2009 ekonomika České republiky začala zpomalovat a velké problémy nastaly zejména ve sklářském a textilním průmyslu, který byl krizí nejvíce zasažen a více méně zcela zničen. Všechny tyto události měly dopad na zvýšení nervozity obyvatel České republiky, ale i zahraničních investorů. V této době vyšlo mnoho přehnaných článků ze strany zahraničního tisku, což ještě umocnilo strach, který s sebou krize přinesla. Financial Times a The Economist napsali o České republice velmi nelichotivé články a situaci

musela uklidňovat až Česká národní banka, která ujistila mezinárodní investory, že pokles koruny není to samé jako strmý pád forintu v Maďarsku.

Dalším problémem s krizí spojeným byla nezaměstnanost. V roce 2009 se nezaměstnanost pohybovala okolo 7 %, což znamenalo největší nárůst od roku 1993, bez práce bylo tedy kolem půl milionu lidí a další vývoj nevypadal velmi optimisticky.⁵⁰

3.2.1 Přístupy a řešení krize v České republice

Česká veřejnost si na začátku roku 2009 naplno připustila, že se nachází, podobně jako ostatní státy v hospodářské krizi. Bylo proto nutné začít tuto situaci řešit, politici i ekonomové začali hledat východiska a předháněli se s protikrizovými opatřeními.

Jak už bylo zmíněno, současná krize má mnoho společného s Velkou krizí z 30. let minulého století a je velmi zajímavé, jak se slova Tomáše Bati z roku 1932 neliší od názorů současných ekonomů. *„To čemu jsme zvyklí říkat hospodářská krize je jiné jméno pro mravní bídu. Mravní bída je příčina, hospodářský úpadek je následek. V naší zemi je mnoho lidí, kteří se domnívají, že hospodářský úpadek lze sanovat penězi. Hrozím se důsledků tohoto omylu. V postavení, v němž se nacházíme, nepotřebujeme žádných geniálních obrátů a kombinací. Potřebujeme mravní stanoviska k lidem, k práci a veřejnému majetku. Nepodporovat bankrotáře, nedělat dluhy, nevyhazovat hodnoty za nic, nevydírát pracující. Pracovat a šetřit a učinit práci a šetření výnosnější, žádoucí a čestnější než lenošení a mrhání. Je třeba překonat krizi důvěry, technickými zásahy, finančními a úvěrovými ji však překonat nelze. Důvěra je věc osobní a důvěru lze obnovit jen mravním hlediskem a osobním příkladem.“*⁵¹

Vláda nicméně musela krizi začít řešit, proto na konci ledna předložila na zasedání tripartity své návrhy na řešení krize – EXIT STRATEGIE. Jednalo se především o opatření směřující k oživení reálné ekonomiky. Hlavními body jednání bylo omezení rozpočtových výdajů, příprava auditu výdajů státního rozpočtu a efektivnější správa veřejných financí.

⁵⁰ KOVANDA, L., Příběh dokonalé bouře, s. 29 - 31

⁵¹ FONTES RERUM, Světová finanční a hospodářská krize: je to za námi?, s. 55

Dalším významným bodem byla podpora exportu, který je pro Českou republiku velmi důležitý, protože je malou otevřenou ekonomikou, silně závislou na mezinárodním obchodu. Podobně jako v Německu byla řešena i otázka zkráceného pracovního úvazku, vytvoření fondu na mzdové vyrovnání pro zaměstnance, kteří nemohou pracovat na plný úvazek. Jedním z důležitých bodů bylo také projednávání boje proti korupci.⁵²

Podle názoru bývalého ředitele firmy SAP Radomíra Kolaříka jsou však dopady hospodářské krize sice závažné, ale spíše psychologické. Jako potvrzení svého názoru Kolařík uvádí: „*Ocitli jsme se v nové, netypické situaci, se kterou si neumíme dobře poradit. Je tedy nutné zvolit nové přístupy a především aktivně hledat řešení, aby se společnost s krizí co nejlépe vyrovnala.*“⁵³

Řešením je přispění nejen státu ale i samotných firem. Roli státu vidí Kolařík především v podpůrných investicích. Ze strany státu se jedná o investice do infrastruktury, které s sebou přinesou okamžitý efekt, produkci, zaměstnanost a pomohou vyrovnat pokles hospodářství. V neposlední řadě vytvoří investice konkurenční výhodu České republiky a její ekonomiky. Nové dálnice a silnice mohou zlepšit mobilitu pracovní síly, důležitá je však i infrastruktura nehmotná. Jedná se především o pozitivní efekty spojené s inovací infrastruktury ve státní administrativě, která probíhá prostřednictvím projektů elektronizace státní správy. Subjektům veřejné správy přináší vyšší efektivitu a rychlejší reakci na změny v době ekonomickým poklesů. Jako příklad využití moderních způsobů řešení může být uveden projekt státní pokladny nebo centrální personální systém státní správy, jehož hlavním úkolem je podpořit odborný rozvoj svých pracovníků, který by přinesl moderní formy personálního řízení. Velmi důležité je také v době krize investovat do vědy a výzkumu, podporovat malé a střední podnikání a především k těmto činnostem, co možná nejlépe využívat dotace Evropské unie.

Řešením krize z pohledu podnikatelů a firem je zaměření se na stabilizaci financí, jak na straně příjmů, tak i výdajů. Na druhé straně je nutné zmínit, že firmy mají značně omezené zdroje financování, protože banky v době krize zpřísnily úvěrovou politiku, je proto lepší hledat zdroje uvnitř firmy, ať už formou úspor nebo zvýšením externích příjmů. Úspory

⁵² FONTES RERUM, Světová finanční a hospodářská krize: je to za námi?, s. 49

⁵³ FONTES RERUM, Globální finanční a ekonomická krize a její východiska, s. 27

může firma vytvářet například zefektivněním a zrychlením procesů uvnitř firmy nebo také efektivnějším řízením skladových zásob, což v praxi znamená, udržování takových zásob, které jsou opravdu nutné pro stabilní chod firmy. Důležité je také věnovat pozornost dlouhodobě neřešeným pohledávkám. Zvýšení externích příjmů lze dosáhnout prostřednictvím kvalitního přístupu k zákazníkům. Většina firem v době krize snižuje výdaje na propagaci a reklamu, což není zrovna nejvhodnější řešení. Právě v tomto období by se firma měla zaměřit na své klíčové zákazníky a přímou komunikaci s nimi. Firmy by také měly realizovat projekty, na které nebyl dříve čas. Podnikatelé i firmy by si měli uvědomit, že každá krize jednou skončí a pokud budou jen čekat, až přejde, mohla by na to být konkurence, která toto období využívala k investování, připravena mnohem lépe.⁵⁴

Výše uvedená fakta potvrzují marketingové výsledky zjištěné v době ekonomického útlumu mezi lety 1989 – 1991 ve Spojených státech, které dokazují, že firmy, které své marketingové výdaje v tomto období omezily, zaznamenaly pokles tržeb až ve výši 60 %. Zatímco společnostem, které výdaje do marketingu zvýšily, tržby výrazně vzrostly.⁵⁵

3.2.2 Budoucí vývoj české ekonomiky

Zatímco na přelomu minulého roku a počátku roku 2011 se ekonomika pomalu odlepovala od červených čísel a začal pozvolný ekonomický růst, s blížícím rokem 2012 se začínají opět objevovat náznaky další možné krize.

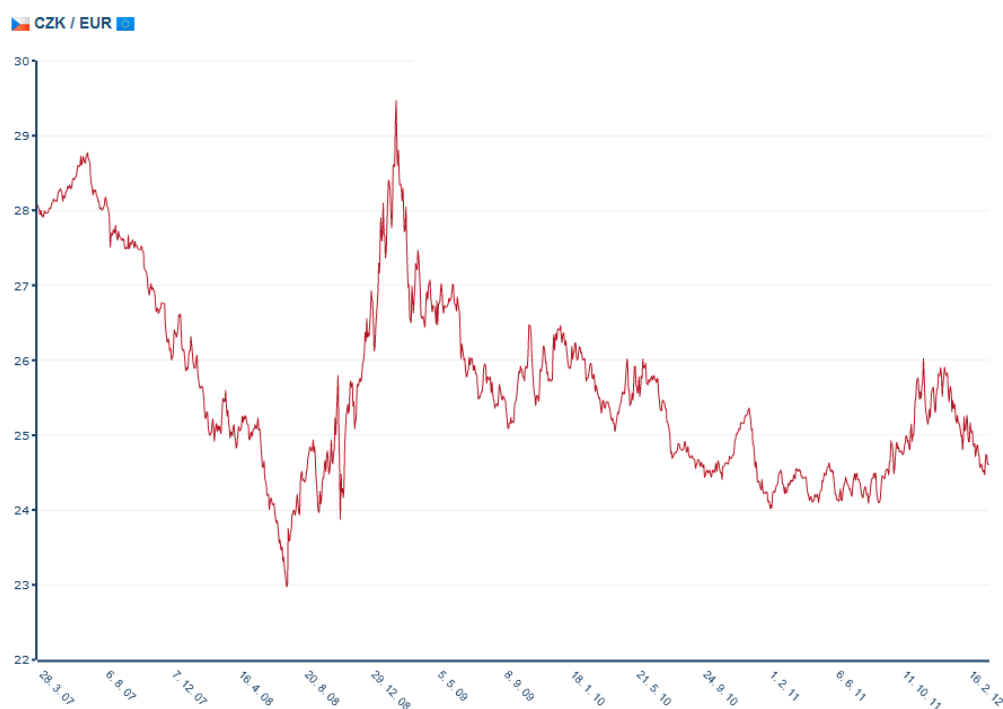
Tyto náznaky a dohady jen potvrzuje Česká národní banka. Podle jejího krizového scénáře upadne Česká republika do recese. Odhady uvádějí pokles hrubého domácího produktu na 0,4 %. Tento možný vývoj vychází především z předpokladu stagnace či možné recese v Eurozóně. Česká národní banka počítá v nejčernějších scénářích i s pádem Itálie, která je největším emitentem dluhopisů v eurozóně.

Dalším velmi znepokojujícím faktorem, který jen nahrává těmto spekulacím je strmý pád koruny. Situaci nejlépe dokládá Obr. 2 uvedený níže. Pokud je zkoumáno jen období od

⁵⁴ FONTES RERUM, Globální finanční a ekonomická krize a její východiska, s. 27 - 30

⁵⁵ Tamtéž, s. 30

roku 2011, je v tomto Obr. 2 jasně viditelné, že zatímco v měsících březnu až září roku 2011 dosahovala koruna vůči euru svého minima a pohybovala se okolo 24,00 CZK/EUR, na podzim již koruna silně oslabovala a překonala hranici 26 CZK/EUR. Počátkem roku 2012 se koruna pohybuje okolo 25 CZK/EUR a nachází se tak ve svém průměru. Oslabení koruny byl na podzim loňského roku samozřejmě velký problém, ale na druhou stranu napomáhal exportu nižšími cenami. Nejvýraznější rozdíl je v Obr. 2 již v krizovém období, kdy nejsilnější byla koruna v srpnu roku 2008 a nejslabší naopak v květnu roku 2009.



Obr.2: Vývoj kurzu měny CZK/EUR v období 2007 – 2/2012

Zdroj: Interní materiály společnosti ŠKODA AUTO, a.s.

Velké obavy panují také z „druhého kola“ hospodářské krize. Mnoho českých odborníků se domnívá, že by se mohl opakovat scénář po pádu banky Lehman Brothers, kdy podniky jen velmi těžko získávaly úvěry. Vzhledem k značnému zpomalení zahraniční poptávky se očekává i zpomalení české ekonomiky, což se odrazí ve vývoji mezd.

Řada českých, ale i zahraničních institucí, která se zabývá ekonomikou České republiky, výrazně zhoršila odhady růstu tuzemské ekonomiky oproti předcházejícím. Podle

ministerstva financí, by ekonomika měla zaznamenat růst o jedno procento, oproti červencovým odhadům se jedná o zhoršení zhruba o 1,5 %. Česká národní banka pak zhoršila odhad růstu na 1,2 % oproti předchozím 2,2 %. Také Evropská komise výrazně zhoršila budoucí vývoj české ekonomiky, která by měla vzrůst o 1,8 %. Nejoptimističtější je pak odhad Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD), který uvádí nárůst ekonomiky o 1.6 %.⁵⁶

Nejaktuálnější a velmi zajímavé informace o stavu české ekonomiky, podniků působících na domácím trhu v roce 2011 a jejich možném dalším vývoji poskytuje únorový článek MF DNES. Podle něj Česká republika opět upadá do recese, přestože se ekonomika ještě nestačila vrátit na úroveň před krizí 2008. Ekonomové pak nazývají současný stav technickou recesí, což znamená pokles HDP ve dvou po sobě jdoucích čtvrtletí. Krize se projevuje především v podobě váhání firem při investování a intenzivním šetření obyvatel. Většina podniků odkládá modernizaci a váhají s využíváním nových kapacit. Investice omezila také vláda, především z důvodu kontroly deficitu. Jak bylo uvedeno výše, lidé začali více šetřit, jejich rozhodnutí ještě více podpořilo zvýšení DPH a stagnace reálných mezd.

V roce 2011, byl motorem české ekonomiky export a jinak by tomu nemělo být ani v roce 2012, i když se očekává jeho oslabení. Jednou z možných příčin je zhoršující se ekonomická situace v zemích Evropské unie, kam Česká republika vyváží přes 80 % svého zboží. Česko vyváží především výrobky s vysokou přidanou hodnotou a ne méněcenné produkty, které v dobách krize bývají nejvíce poptávány, což je další příčinou zhoršujícího se exportu. Jedním z řešení by mohlo být přeorientování se na mimoevropské trhy, kdy tuto myšlenku podpořila i vláda.⁵⁷

Podle ekonomů se tedy česká ekonomika ocitla na hraně nové recese, která by tentokrát měla být charakterizována především výpadkem vládní a soukromé poptávky doma, na rozdíl od roku krize v roce 2008, kdy zásadním problémem bylo omezení zahraniční poptávky.⁵⁸

⁵⁶ ČSÚ, Vývoj ekonomiky ČR v roce 2011. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/2011ediciplan.nsf>

⁵⁷ VLKOVÁ, J., Česko klouže do recese. MF DNES Ekonomická příloha. 2012, 23(40), s. 1.

⁵⁸ Tamtéž, s. 2

4 Vývoj automobilového průmyslu

Automobilový průmysl stejně tak jako většinu odvětví po celém světě zasáhla finanční krize, která se dále rozvinula v krizi hospodářskou. Tato krize se podepsala na vývoji všech automobilových trhů a zasáhla i český trh s osobními automobily. Mezi vůbec nejvíce zasažené země patřily Spojené státy americké, které v roce 2009 vlivem hospodářské recese, přišly o titul největšího výrobce automobilů na světě. Spojené státy v prvenství ve výrobě automobilů nahradila Čína, která během krize zaznamenala dynamický rozvoj automobilového trhu.

V České republice byl vývoj domácího trhu zpomalen vlivem snížené poptávky, která znamenala snížení prodeje a samotné výroby. Z hlediska nově registrovaných automobilů však český automobilový trh zaznamenal nárůst, jen v krizovém období došlo k jeho zpomalení. Opatření, které tuzemské automobilové společnosti zavedly pro snížení dopadů krize, tak nebyly výrazné jako například ve Spojených státech nebo zemích západní Evropy.

Automobilový průmysl patří mezi velmi důležité odvětví v ekonomice všech států a jeho vývoj dopadá nejen na konkrétní stát, ale také na samotný státní rozpočet. Je zřejmé, že snižování výroby osobních vozů má velmi negativní vliv a dopad na rozpočty jednotlivých států. Automobilové společnosti jsou ve většině případů napojeny na velké množství dodavatelů, kteří díky zpomalení vývoje a celkové produkce přicházeli o své zakázky a byli nuceni propouštět, popř. se stáhnout z trhu a hledat nové možnosti dodávek do jiných odvětví. Úkolem jednotlivých států pak bylo v rámci krizových opatření, posílit poptávku po automobilech.

Vývoj automobilového průmyslu v období po krizi se rozvinul spíše ekologickým směrem. Společnosti v členských státech EU se například v současné době snaží dodržovat přísné ekologické normy stanovené právě Evropskou unií. Celosvětově se pak čím dál více rozvíjí pojem elektromobily, častěji nazývané hybridy. Jedná se o typy automobilů, které kombinují elektrické a benzínové motory, navzájem se doplňují a díky tomu vznikají při spalování menší emise a klesá spotřeba. Dalším směrem, kterým se výrobci automobilů

ubírají, je zefektivňování výroby, snaha o menší znečišťování ovzduší a sledování produkce odpadu a jeho třídění.

V této práci je zkoumán vývoj na automobilových trzích ve vybraných zemích Asie, Evropy a České republice. Tyto země byly vybrány, protože se významně dotýkají zkoumané společnosti ŠKODA AUTO, a.s., která na všechny tyto trhy ve velkém počtu dodává své automobily. Jednotlivé trhy jsou zkoumány z hlediska počtu nových registrací osobních vozů. Tento pojem představuje součet zakoupených nových automobilů ve zkoumaných zemích, ale také dovozené nové a ojeté automobily ze zahraničí.

4.1 Automobilový trh v Asii a Rusku

Dynamický vývoj na asijských trzích byl zapříčiněn obrovským nárůstem počtu nově registrovaných automobilů. Na tomto vývoji měl podíl zejména čínský trh. Mezi další zkoumané automobilové trhy v tomto oddíle patří také trh indický a ruský. Rusko a jeho automobilový průmysl byl záměrně zařazen do tohoto oddílu, přestože z hlediska geografie patří spíše do zemí východní Evropy. Ruský trh patří mezi tři nejvýraznější odbytiště společnosti ŠKODA AUTO, a proto je zmíněn z hlediska přehlednosti u těchto trhů. Analyzován je nejen počet nově registrovaných vozidel, ale také podíl značky ŠKODA na celkových nově registrovaných automobilech, protože jak již bylo uvedeno, tyto trhy jsou zejména v poslední době pro společnost velmi důležité.

4.1.1 Automobilový trh v Číně

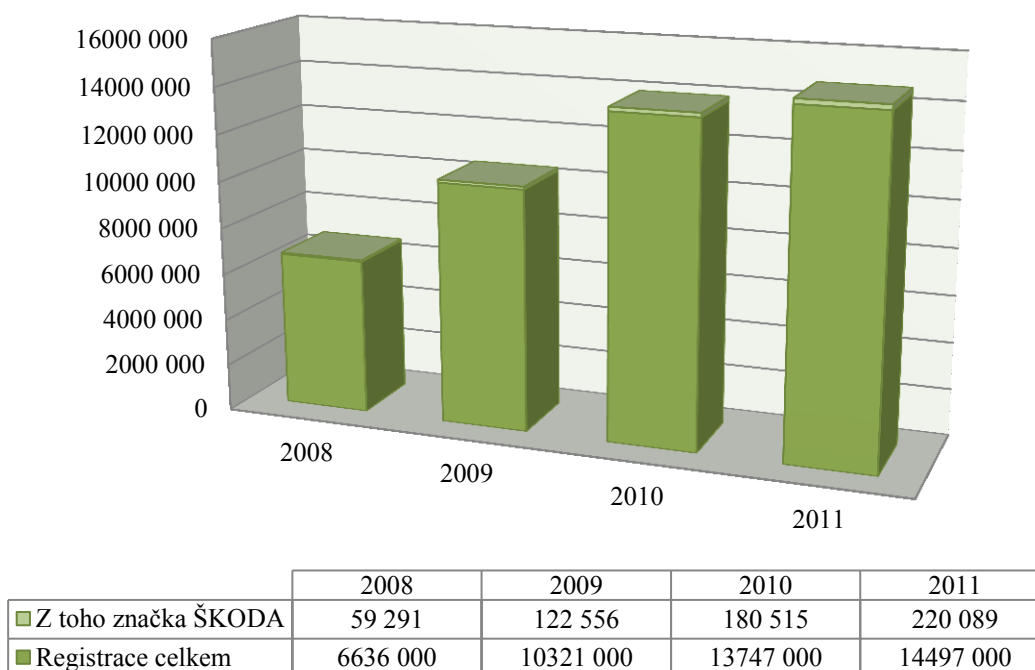
V roce 2008 na asijských trzích docházelo k pokračování v růstu poptávky po osobních automobilech. Jen na čínském trhu bylo registrováno 6,6 milionů osobních vozů, což znamenalo nárůst o 10 % oproti roku 2007. Asijský trh se tak stal druhým největším světovým trhem po Spojených státech. S ohledem na růst pohonných hmot a opatřením na zmírnění inflačních tendencí však také růst prodeje na tomto trhu zpomalil.

V roce 2009 asijským trhům a zejména čínskému trhu jakoby se recese úplně vyhnula. V tomto roce zaznamenaly téměř všech asijské země nárůst poptávky po osobních vozech.

Na největším světovém trhu v Číně vzrostl počet registrovaných automobilů o 56 % na hodnotu 10,3 mil. vozů.

Rok 2010 znamenal pokračování v růstu, kdy se celkový počet registrovaných automobilů jen na čínském trhu přehoupl přes 13,7 mil., což představovalo nárůst proti minulému roku o více než 33 %. Tento rok také ukázal, že se Čína stala největším výrobcem automobilů na světě.

V roce 2011 se trh v asijské oblasti vyvíjel v pomalejším tempu jak rok předcházející, stejně tomu bylo i na čínském trhu. Celková hodnota registrací v Číně v daném roce dosáhla 14,5 milionu vozů. Zvýšení registrací oproti roku předcházejícímu bylo o 5 %. Důvodem byl především opětovný strach z blížícího se dalšího kola hospodářské krize. Tento trh se i přesto stal pro značku ŠKODA velmi důležitým, protože se zde podařilo prodat zákazníkům 220 089 nových vozů, což představuje nárůst proti předcházejícímu roku o 15,3 %. Pro přiblížení situace na čínském trhu a dodávek společnosti ŠKODA slouží následující Obr. 3.



Obr.3: Prodeje osobních automobilů v Číně v období 2008 - 2011

Zdroj: Interní materiály společnosti ŠKODA AUTO, a. s.
Zpracování: Vlastní

4.1.2 Automobilový trh v Rusku

Ruský trh podobně jako čínský znamenal nejen pro ŠKODA AUTO, ale i pro celkovou ekonomiku nové možnosti, protože se zde začaly vyrábět nové modely a rozvoj stávajících závodů znamenal poměrně nízké dopady hospodářské recese. Problémy na tomto trhu byly zaznamenány jen v roce 2009, který přinesl propad o 50 % celkově zaregistrovaných nových vozidel. Po tomto krizovém roce začal trh s novými auty opět postupně růst.

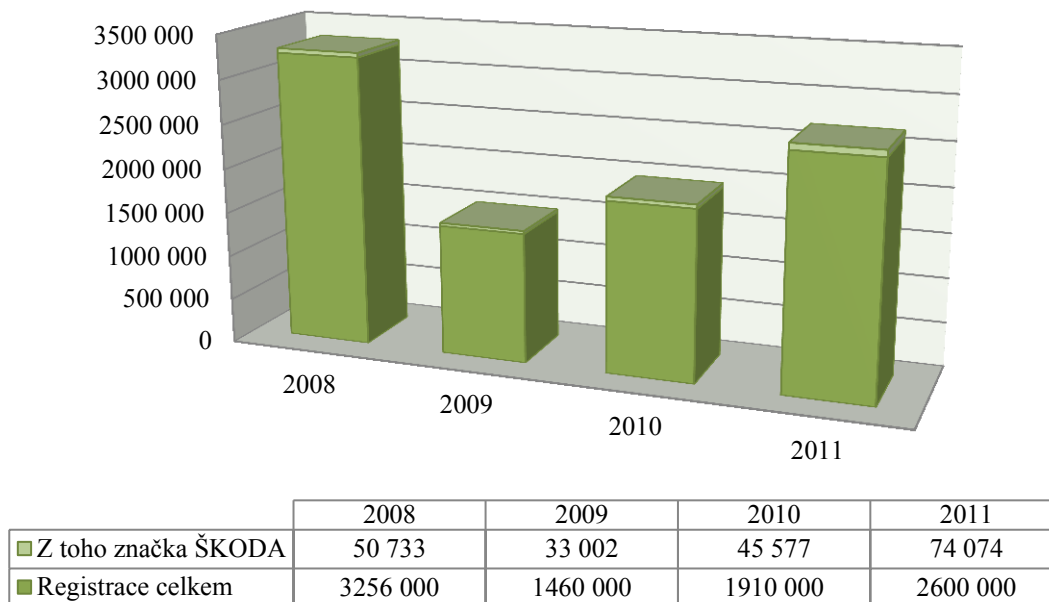
Nyní bude analyzován opět rok předcházející, tedy 2008, který byl pro Rusko velmi důležitý, protože toto období před počátkem krize znamenalo velký počet nově registrovaných vozidel a to ve výši 3 256 000. Tomuto výsledku velmi výrazně pomohlo zavedení šrotovací prémie. Tento podíl je odhadován na 70 %. Díky tomuto opatření dosáhla ŠKODA AUTO nárůstu prodeje o 54,27 %, což odpovídalo 50 733 vozů.

Jak již bylo zmíněno, v roce 2009 zasáhlo Rusko hospodářská a finanční krize. I přes nepříznivý vývoj na tomto teritoriu patří Rusko z hlediska Asie mezi dynamicky se rozvíjející trh. Pokud je zařazen do zemí východní Evropy, zastává zde místo největšího automobilového trhu. Celkový počet zaregistrovaných vozů v daném roce dosáhl hodnoty 1 460 000 a společnost ŠKODA AUTO se na tomto výsledku podílela prodejem ve výši 33 002 automobilů.

Kritická situace, která byla v roce 2009 na ruském trhu, se v roce následujícím výrazně zlepšila. V roce 2010 byl vývoj zaregistrovaných vozidel pozitivní a podpora státu tak měla v tomto státě výrazné účinky. Hodnoty celkových registrací byly vyšší o celých 31 %, což představovalo 1 910 000 automobilů. ŠKODA AUTO na tomto trhu prodala 45 577 vozů, procentuální nárůst byl 38,1 %.

V roce 2011 pokračovala zlepšující se situace na trhu, a počet zaregistrovaných vozidel dosáhl 2,6 mil. vozů, což představovalo zvýšení o 36 %. Díky těmto výsledkům dokázala ŠKODA AUTO zvýšit svůj tržní podíl na 3,0 %. Dodávky automobilů zákazníkům byly ve výši 74 074. Nárůst proti roku 2010 byl tedy o 62,5 %. Ruský automobilový trh je tedy pro ŠKODA AUTO velmi významným odbytištěm. V její růstové strategii sehrálo důležitou

roli zejména v roce 2011. Celkové registrace nových vozů na ruském trhu a dodávky společnosti ŠKODA AUTO zákazníkům analyzuje následující Obr. 4.



Obr.4: Nové registrace osobních automobilů v Rusku v období 2008 - 2011

Zdroj: Interní materiály společnosti ŠKODA AUTO, a. s.
Zpracování: Vlastní

Již v roce 2008 a nyní i na Obr. 4 uvedeném výše je patrné, že přestože společnost ŠKODA AUTO dodávky osobních automobilů na těchto trzích neustále zvyšovala, stále ale její podíl na celkových registracích byl velmi nepatrný.

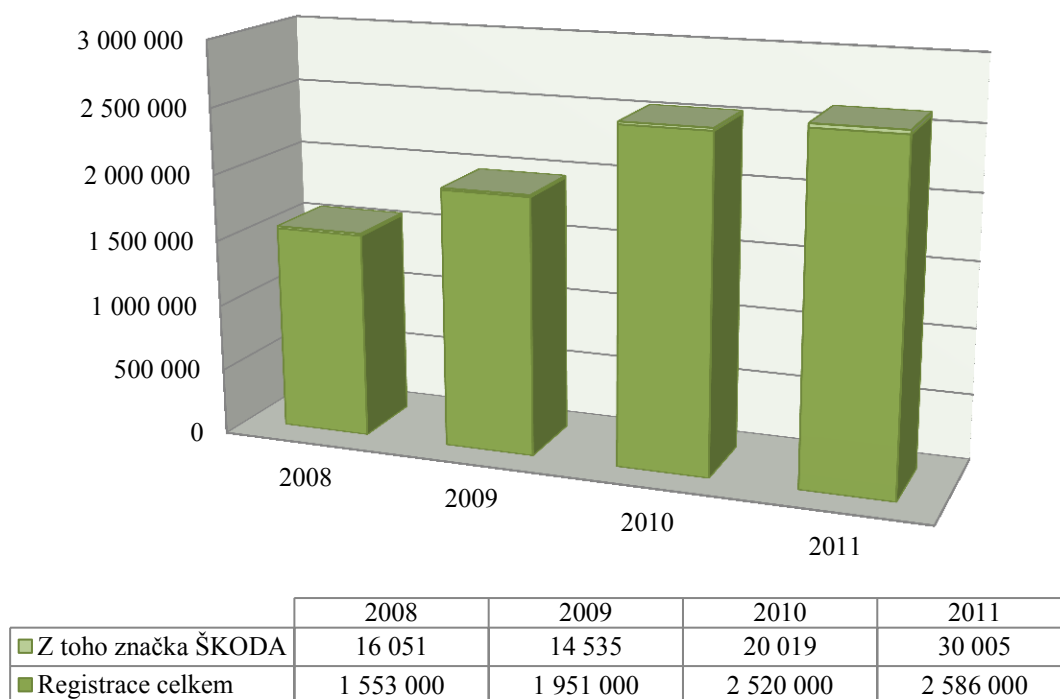
4.1.3 Automobilový trh v Indii

Pozitivní vývoj celého asijského trhu potvrdil také indický trh, který bude analyzován nyní. V roce 2008 bylo na indickém trhu registrováno více než 1 500 000 automobilů a společnost ŠKODA AUTO se na tomto výsledku podílela 16 051 prodanými vozy. V roce 2009 Indie, jako druhý největší trh tohoto regionu, dosáhla navýšení na celkových 1 951 000 nově registrovaných automobilů, což představovalo meziroční nárůst o 30 %. Společnost však na tomto trhu zaznamenala mírný pokles a do této země dodala 14 535 automobilů.

V roce 2010 dynamický se rozvíjející trh Indie dosáhl zvýšení počtu registrací o 29 % na 2 520 000 vozů. Společnost zvýšila dodávky o 37,7 % na úroveň 20 019 vozů. V letech kdy tedy v Evropě již ekonomická krize toto odvětví plně zasáhla, se v Indii automobilový průmysl neustále rozvíjel a země dosahovala vynikajících výsledků především v prodeji a registracích nových automobilů.

Pro rok 2011 byla z hlediska společnosti na indický trh připravena nová ofenzíva v podobě modelu ŠKODA Rapid, který se od podzimu roku 2011 vyrábí v indické Pune. Škoda Rapid byla koncipována pro potřeby indického trhu a je zasazena mezi oblíbené modely Octavia a Fabia. Společnost ŠKODA na tomto trhu v roce 2011 prodala celkově 30 005 vozidel, což znamenalo nárůst o 49,9 % oproti roku minulému. Celkový počet registrovaných vozidel v roce 2011 činil 2 586 000.

Vývoj automobilového trhu v Indii a podíl značky ŠKODA ukazuje následující Obr. 5.



Obr.5: Nové registrace osobních automobilů v Indii v období 2008 - 2011

Zdroj: Interní materiály společnosti ŠKODA AUTO, a. s.
Zpracování: Vlastní

4.2 Automobilové trhy v Evropě

Evropské země a především Evropská unie je jedním z největších výrobců automobilů na světě. Výrobci automobilů a celé toto odvětví je velmi důležité pro prosperitu celé Evropy. V automobilovém odvětví je zaměstnáno velké množství kvalifikovaných pracovníků, kteří velkou měrou přispívají k navyšování hrubého domácího produktu EU. Evropské automobilové trhy jsou analyzovány dle jednotlivých krizových let a rozděleny na země střední, východní, západní, severní a jižní Evropy. Česká republika zkoumána není, vzhledem k jejímu podrobnému popisu v nadcházejícím oddílu. Opět je k vysvětlení situace na jednotlivých trzích použit ukazatel nově registrovaných osobních automobilů.

4.2.1 Automobilové trhy vybraných zemí střední Evropy

Mezi země, které jsou v období od 2007 – 2011 v této podkapitole zkoumány patří Polsko, Slovensko a Maďarsko. Všechny tyto uvedené země zaznamenávaly před krizí dynamický růst trhů s automobily. Tento vývoj poznamenala až na konci roku 2008 finanční a hospodářská krize. Přes počáteční problémy s krizí, však většina států střední Evropy zaznamenala v tomto roce nárůst počtu nově registrovaných automobilů. Pro přehlednost je nejdříve uvedena Tab. 4, která zachycuje vývoj nově registrovaných vozů v tomto období.

Tab. 4: Nově registrované vozy ve vybraných zemích v období 2007 – 2011

Země	2007	2008	2009	2010	2011
Polsko	293 305	320 040	320 206	333 490	193 955
Slovensko	59 700	70 040	74 717	64 033	45 007
Maďarsko	171 661	153 278	60 189	43 476	30 196

Zdroj: ACEA (European automobile manufacturers association), statistics

Zpracování: Vlastní

Největší nárůst nově registrovaných automobilů zaznamenal v roce 2008 polský trh, kde bylo zaregistrováno 320 040 nových vozů. Slovenský trh v tomto období také zaznamenal nárůst nově registrovaných vozů. Naopak pokles registrací zaznamenalo Maďarsko a to o

10,7 %. Tento pokles byl způsoben především finanční a hospodářskou krizí, která tuto evropskou zemi výrazně zasáhla. Spotřebitelé vzhledem ke krizové situaci výrazně omezili nákup nových automobilů.

Následující rok neznamenal pro tyto evropské státy příliš příznivý vývoj a hospodářská recese začala pomalu ovlivňovat i tento trh. Došlo k zpomalení polského trhu, který zaznamenal jen mírný nárůst oproti roku předcházejícímu. Výrazný pokles ovšem zasáhl automobilový trh v Maďarsku. Tato země se velmi výrazně potýkala s problémy především finanční krize, která výrazně dopadla na obyvatele tohoto státu. Pokles automobilového trhu v této zemi dosáhl snížení o 60,7 % nově registrovaných vozů. Slovensko naopak díky zavedení šrotovací prémie dosáhlo ve sledovaném období růstu. Šrotovací prémie je jedním z opatření státu na podporu nejen automobilového průmyslu. Významem této prémie je především ekologická likvidace automobilu. Podmínky pro udělení prémie si určuje každý stát zvlášť. Ve většině případů se jednalo o vůz starší 9 let. Stát pak podpoří vlastníka tohoto modelu a zároveň kujícího nového automobilu dotací. Šrotovací prémie byla zavedena i v dalších zemích a to především ve Francii, Itálii, Kypru, Lucembursku, Německu, Nizozemsku, Portugalsku, Rakousku, Rumunsku, Srbsku, Španělsku a Velké Británii.⁵⁹

Přetrvávající problémy na evropských trzích a doběh šrotovací prémie v roce 2010 znamenal pokles slovenského a maďarského trhu v tomto období. Nové registrace vozů na slovenském trhu poklesly o 15 %, v Maďarsku pak o 35 %. Jediný trh, který v roce 2010 zaznamenal růst, bylo opět Polsko.

Rok 2011 s sebou přinesl další obavu z nové krize. Vývoj ekonomiky a zejména dluhový problém Řecka v Evropské unii vyvolal strach spotřebitelů, což se odrazilo i na vývoji automobilových trhů. Nyní už ani doposud rostoucí polský trh neobhájil tento vývoj a spolu se Slovenskem a Maďarskem dosáhl v tomto období poklesu nových registrací automobilů. Konkrétně na polském trhu se jednalo o pokles o 58 %.

⁵⁹ Interní materiály společnosti ŠKODA AUTO, a. s.

Automobilové trhy těchto zemí v období krize vykazují jednoznačné výsledky. Maďarsko, které bylo krizí výrazně zasaženo, zaznamenalo v tomto období neustálý pokles registrací nových vozů a k výraznému zlepšení nedošlo ani v roce 2011. Slovenský trh, který byl podpořen šrotovací premií, nedosáhl tak nepříznivého vývoje jako Maďarsko, ale po doběhu tohoto opatření i tento stát zaznamenal problémy na trhu s automobily. Polský trh se naopak vyvíjel během krizového období velmi příznivě. Problémy na tomto trhu nastaly až v roce 2011, kdy tento stát ovlivnily především problémy uvnitř Evropské unie.

4.2.2 Automobilové trhy vybraných zemí východní Evropy

Pro vývoj na automobilových trzích ve zkoumaném období 2007 – 2011 byla vybrána Litva, Lotyšsko, Estonsko a Rumunsko. Pro přehlednost je opět použita Tab. 5 vývoje registrací nových vozů.

Tab.5: Nově registrované vozy ve vybraných zemích v období 2007 – 2011

Země	2007	2008	2009	2010	2011
Litva	32 771	19 831	5 367	6 365	6 851
Lotyšsko	21 606	22 217	7 515	7 970	8 759
Estonsko	30 912	24 579	9 946	10 295	11 181
Rumunsko	315 621	270 995	130 195	106 333	60 056

Zdroj: ACEA, (European automobile manufactures association), statistics

Zpracování: Vlastní

Dle výše uvedené Tab. 5, je patrný pokles během krizového období u všech zkoumaných států. V roce 2008 došlo v těchto státech kromě Lotyšska, které zaznamenalo mírný nárůst v počtu registrací, k poklesu nově zaregistrovaných automobilů. Jedinou zemí, která v roce následujícím zavedla šrotovací premii, bylo Rumunsko. Toto opatření však automobilovému průmyslu v této zemi téměř vůbec nepomohlo a rumunský trh se tak potýkal s problémy registrací nových vozů i v roce 2011. Ostatní státy zaznamenaly především mezi roky 2008 a 2009 obrovský pokles registrací vozů na svých trzích. Mezi těmito roky zaznamenal litevský automobilový trh pokles o 73 %, lotyšský o 67 % a estonský o 60 % méně registrovaných vozů.

Vývoj v tomto teritoriu byl tedy velmi výrazně zasažen hospodářskou a finanční krizí. Pokles automobilových trhů tak zaznamenaly všechny již zmíněné země. Ve většině států nepomohly ani vládní opatření zavedená na podporu tohoto odvětví. Rumunský trh nedosáhl zlepšení vývoje ani po zavedení šrotovací prémie.

4.2.3 Automobilové trhy vybraných zemí západní Evropy

Mezi zkoumané země na tomto automobilovém trhu bylo vybráno Německo, které patří mezi nejvýznamnější obchodní partnery zkoumané společnosti a také je velmi výrazným producentem osobních automobilů. Dále byla vybrána Francie, Velká Británie a Irsko, které bylo velmi zasaženo zejména finanční krizí. Nejprve je opět uvedena Tab. 6 vývoje registrací v již zmíněných státech.

Tab.6: Nově registrované vozy ve vybraných zemích v období 2007 – 2011

Země	2007	2008	2009	2010	2011
Německo	3 148 163	3 090 000	3 807 175	2 916 259	2 121 047
Francie	2 064 543	2 050 282	2 302 398	2 251 669	1 493 745
Velká Británie	2 404 007	2 131 795	1 994 999	2 030 846	1 220 618
Irsko	186 325	151 607	57 453	88 443	84 412

Zdroj: ACEA (European automobile manufactures association), statistics
Zpracování: Vlastní

Již dříve bylo uvedeno, že západní Evropa se během roku 2008 spolu se Spojenými státy začala potýkat s velkými problémy na automobilovém trhu. V západní Evropě celkový počet nově registrovaných osobních vozů ve sledovaném roce 2008 poklesl o 8,4 % a dosáhl úrovně 13,6 milionů registrovaných vozů. V roce 2008 všechny výše uvedené země zaznamenaly pokles registrovaných vozů na svých trzích. Největší západoevropský trh osobních vozů v Německu poklesl o 2 % v počtu nových registrací. Tento pokles celého západního trhu s automobily byl způsoben nejen rostoucími cenami pohonných hmot a nejistotou plynoucí z postupující finanční krize, ale i ohlášenými legislativními změnami ve zdanění automobilů v návaznosti na dosahované emise CO₂.

Na rozdíl od dramatického poklesu na východních trzích, v západní Evropě mírně narostl v roce 2009 počet nově registrovaných osobních vozů o 0,5 % na 13,64 mil. automobilů. Tento nárůst způsobilo zejména zavedení šrotovací prémie na největším západoevropském trhu osobních vozů v Německu, který vzrostl o 23,2 % na hodnotu 3 807 715 registrovaných vozů. Šrotovací prémie měla také vliv na francouzský trh, naopak Velká Británie i přes zavedení tohoto opatření zaznamenala na svém trhu pokles registrací nových automobilů o 7 %. Největší pokles registrací však zaznamenalo Irsko, které bylo v tomto roce výrazně zasaženo finanční krizí. Pokles registrací na tomto automobilovém trhu byl o 63 %. Irská vláda však i přes nepříznivý vývoj automobilového průmyslu šrotovací prémii v této zemi nezavedla.

Rok 2010 vykázal dva výrazné výsledky. Prvním byl dobřeh šrotovací prémie, který postihl zejména německý trh a francouzský trh. Německo na svém trhu osobních automobilů zaznamenalo pokles registrací o 24 %, což výrazně ovlivnilo vývoj celého trhu v západní Evropě. Druhým výsledkem byl nepatrný nárůst registrací ve Velké Británii a výrazného zvýšení registrací na trhu Irska. Tato země po velkých vládních škrtech a opatření k zmírnění dluhu této země, opět zaznamenala růst nejen na automobilovém průmyslu. V Británii se pak jednalo především o šrotovací prémii, která tento vývoj podpořila.

Velký problém pro západní Evropu však nastal v roce 2011. Vliv na tento vývoj měla opět hrozba nové krize a problémy v Evropské unii a zemích Eurozóny. Pokles registrací zaznamenaly všechny zkoumané státy. Významný pokles zaznamenala zejména Francie, kde nové registrace vozů poklesly o 34 %.

Automobilové trhy západní Evropy byly tedy v počátcích krize tímto vývojem výrazně zasaženy. Vlády jednotlivých států na tento nepříznivý vývoj zareagovaly zejména zavedením šrotovací prémie. Po tomto opatření se situace na těchto trzích výrazně zlepšila, zejména díky nárůstu nových registrovaných automobilů v Německu. Pokles naopak po celou dobu krize zaznamenalo Irsko, které se potýkalo s problémy uvnitř svého státu a bylo zasaženo finanční krizí, zejména kvůli výraznému napojení na přímé zahraniční investice ze Spojených států. Problémy na západoevropském trhu s automobily byly opět sledovány v roce 2011 a to především z důvodu obav spotřebitelů z budoucího evropského vývoje.

4.2.4 Automobilové trhy vybraných zemí severní Evropy

Vývoj zemí severní Evropy v období krize je analyzován na automobilových trzích ve Finsku, Švédsku, Islandu a Norsku. Specifický vývoj na těchto trzích je zejména z důvodu absence šrotovací prémie ve všech zmíněných zemích. Dále je také potvrzen očekávaný vývoj registrací na ostrovním státu Island, který prošel během krizového období bankrotem. Vývoj na těchto automobilových trzích dokládá opět níže uvedená Tab. 7.

Tab. 7: Nově registrované vozy ve vybraných zemích v období 2007 – 2011

Země	2007	2008	2009	2010	2011
Finsko	125 285	139 611	88 344	107 346	86 643
Island	15 942	9 033	2 113	3 106	3 799
Norsko	129 195	110 617	98 675	127 754	91 158
Švédsko	306 799	253 982	213 408	289 684	201 031

Zdroj: ACEA (European automobile manufactures association), statistics
Zpracování: Vlastní

Z hlediska vývoje na automobilových trzích v severní Evropě je patrné, že všechny severské země, kromě Islandu, zaznamenaly mírné poklesy v registracích nových vozů. Je důležité poznamenat, že tyto trhy nevyužily opatření v podobě šrotovací prémie, ale přesto se dá říci, že v krizi obstály velmi dobře. Jedním z důvodů tohoto vývoje, je také poměrně vysoká izolace severských trhů s automobily. Tyto země si velmi výrazně chrání své domácí trhy a právě proto, je okolní vlivy působící na ostatní evropské státy téměř neohrozily. Důležité je také poznamenat, že spotřebitelé jsou v těchto zemích spíše konzervativní a při koupi nového automobilu upřednostňují spíše domácí značky a vzhledem k extrémním podmínkám také vysokou kvalitu. Tento spotřebitelský výběr neovlivnila ani hospodářská a finanční krize. Největší problém na severském automobilovém trhu zaznamenal Island, který byl výrazně poznamenán bankrotem významných bank a poté i celého státu.

4.2.5 Automobilové trhy vybraných zemí jižní Evropy

Automobilový průmysl států jižní Evropy poznamenal zejména nepříznivý vývoj celé ekonomiky těchto států. V této podkapitole jsou analyzovány státy v současnosti nejvíce zasažené dluhovou krizí a problémy v Eurozóně. Itálie, Portugalsko, Španělsko a především Řecko, to jsou země, které dle široké veřejnosti stojí za současnou nepříznivou situací v Evropě. Vzhledem ke špatné situaci na těchto trzích, vlády prvních tří uvedených států pro podporu automobilového průmyslu zavedly šrotovací prémie. Vývoj trhů v těchto zemích opět dokládá níže uvedená Tab. 8.

Tab.8: Nově registrované vozy ve vybraných zemích v období 2007 – 2011

Země	2007	2008	2009	2010	2011
Itálie	2 493 106	2 161 682	2 159 463	1 961 579	1 222 431
Portugalsko	201 816	213 389	161 013	223 464	114 310
Řecko	279 745	267 295	219 730	141 501	72 511
Španělsko	1 614 835	1 161 176	952 772	982 015	568 354

Zdroj: ACEA (European automobile manufactures association), statistics
Zpracování vlastní

Dle výše uvedených důvodů téměř všechny automobilové trhy v jižních zemích zaznamenaly již před krizovým obdobím pokles svých trhů. K výraznému problému v počtu nově registrovaných vozů v tomto období došlo zejména na italském a španělském trhu. Řecko tyto problémy zaznamenalo až v letech 2010 – 2011, kdy hodnota nově registrovaných vozů poklesla téměř o 50 %. Zavedení šrotovací prémie výrazně nepomohlo ani jednomu z uvedených států. Spotřebitelé v jižní Evropě z obav budoucího vývoje a celkové ekonomiky svých zemích nákup nových automobilů raději odkládali.

4.3 Automobilový trh v České republice

V České republice v období krize, tedy v letech 2008 - 2010, docházelo ke snižování výroby automobilů téměř u všech tuzemských výrobců. Počet nově zaregistrovaných vozidel v daných letech zaznamenal růstovou tendenci, což bylo ovlivněno zejména dovozem automobilů ze zahraničí.

Tuzemský trh s automobily je zkoumán z hlediska jednotlivých let a opět dle počtu registrovaných automobilů. Pro správné dokreslení situace je vývoj automobilového trhu v České republice dokládán výsledky registrovaných nových a ojetých vozů zvlášť.

V roce 2008 na tuzemském trhu pokračoval spíše růstový trend dosažený již v minulých obdobích. Vzhledem k doposud pozitivnímu vývoji ekonomiky byl v České republice zaznamenán nárůst registrovaných nových osobních vozů o 8,3 %. Celkově na českém trhu bylo zaregistrováno 143 661 nových osobních automobilů. Dopady krize byly na domácím trhu pozorovány až v závěru roku. Poptávka po lehkých užitkových vozech v roce 2008 poklesla o 3,3 % a registrace těchto vozů se pohybovala okolo 60 000 vozidel. Český trh osobních automobilů byl také i v roce 2008 ovlivněn nárůstem dovozu ojetých vozů. Tento nárůst byl celkem o 8,5 %, přičemž zaregistrováno jich bylo 230 974. Podíl ojetých vozů na celkových registracích tak dosáhl vysoké hodnoty a to téměř 61,65 %.⁶⁰ Počet registrovaných nových vozů v letech 2007 - 2011 dokládá následující Tab. 9 a Obr. 6.

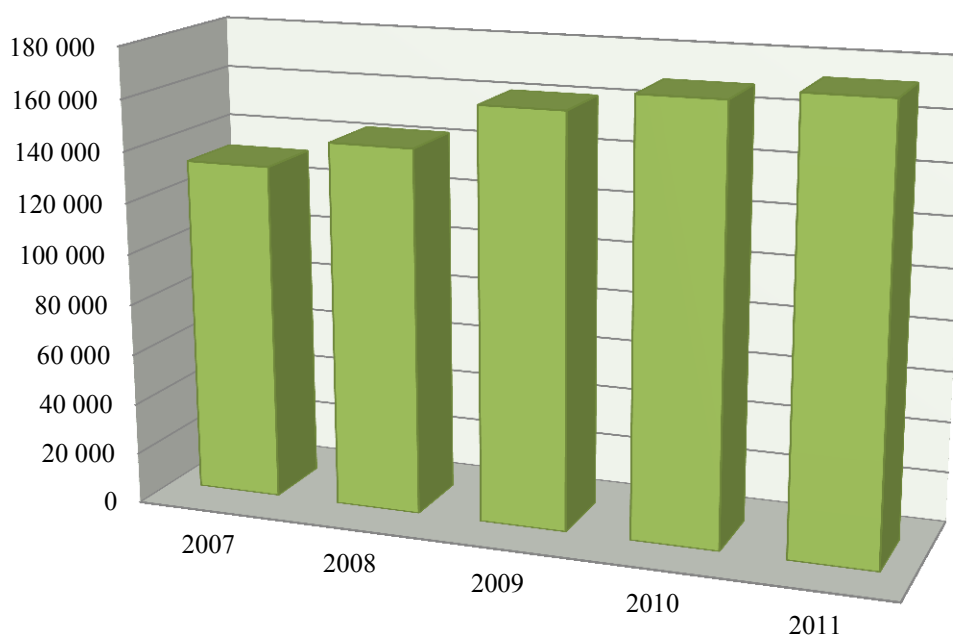
⁶⁰ ŠKODA AUTO, a. s., Výroční zpráva 2008, s. 33

Tab. 9: Registrace nových vozů v České republice v letech 2007 - 2011

Ukazatel	2007	2008	2009	2010	2011
Registrace	132 542	143 661	161 659	169 236	173 282
Změna v %	+6,8	+8,3	+12,5	+4,6	+2,3

Zdroj: Výroční zprávy 2007 – 2011 společnosti ŠKODA AUTO, a. s.

Zpracování: Vlastní



Obr. 6: Počet nově registrovaných osobních automobilů v ČR v období 2007 – 2011

Zdroj: Výroční zprávy 2007 – 2011 společnosti ŠKODA AUTO, a. s.

Zpracování: Vlastní

Na domácím trhu po poklesu poptávky na konci roku 2008 nastal v roce následujícím nárůst poptávky spotřebitelů a s tím spojené zvýšení počtu registrovaných nových osobních automobilů o 12,5 %. Objemově tak bylo zaregistrováno 161 659. Pokles zaznamenala jen poptávka po lehkých užitkových vozech, která klesla o 67,6 % na hodnotu 17 600 vozů. Tento pokles byl zapříčiněn z největší části změnou metodiky

odpočtu DPH. Velký vliv měl také trh ojetých vozů, jejich podíl na celkových registracích představoval 47,22 %, počet ojetých vozidel činil 144 602.⁶¹ Na trhu dovozených ojetých vozů došlo však k meziročnímu poklesu o 12 %.

Domácí trh v roce 2010 pokračoval v růstu, konkrétně ve výši 4,6 %, proti minulému roku. Celkově bylo tedy nově zaregistrováno 169 236 vozů. I když se jedná o nižší přírůstek vozů, než tomu bylo v letech předcházejících, v období krize je to stále pozitivní růst nových vozů v segmentu osobních automobilů, který je důležitý pro vývoj ekonomiky. Pokračujícím poklesem byl poznamenán segment malých užitkových automobilů, kde byl i v tomto roce zaznamenán pokles ve výši 40,41 %. Počet zaregistrovaných vozidel v tomto segmentu byl 11 756 vozů. Ojeté vozy tvořily v roce 2010 podíl na celkových registracích ve výši 42,9 %, což objemově bylo 127 034 vozů.⁶²

Rok 2011 byl velmi důležitý pro veškeré segmenty, protože se tento rok vyznačoval růstovou tendencí. V registraci osobních vozů to znamenalo nárůst 2,3 %, konkrétní hodnota činila 173 282 nových vozů. V dalším sledovaném segmentu, malé užitkové vozy, byl po propadu minulých let zaznamenán pozitivní vývoj. Hodnota 14,63 % znamenala výrazné navýšení na 13 269 nových vozů. Podíl ojetých vozidel na českých silnicích v roce 2011 byl 43,18 %, což představovalo 131 707 automobilů.⁶³

Automobilový trh v České republice dle výsledků uvedených výše zaznamenal během krize pomalejší nárůst nově registrovaných vozů. Stále ale tuzemský trh vykazoval přijatelné výsledky. Z hlediska zkoumání celkových registrací na tuzemském trhu, měl největší zásluhu vysoký podíl ojetých automobilů dovezených ze zahraničí. Na druhou stranu je také nutné poznamenat, že především vlivem zavedení šrotovací prémie v sousedních státech, spotřebitelé volili raději koupit nového vozu a podíl ojetých vozů na celkových registracích tak vykazoval klesající tendenci. Výrazný dopad měla krize především na malé užitkové vozy, které v celém krizovém období zaznamenávaly obrovský propad poptávky na svém segmentu.

⁶¹ ŠKODA AUTO, a. s., Výroční zpráva 2009, s. 40

⁶² ŠKODA AUTO, a. s., Výroční zpráva 2010, s. 68

⁶³ ŠKODA AUTO, a. s., Výroční zpráva 2011, s. 70

5 Společnost ŠKODA AUTO, a. s.

V předchozích kapitolách byla zkoumána krize z pohledu teoretického, byly vysvětleny příčiny jejího vzniku, průběh, dopady na vybrané země a především na ekonomiku České republiky. Jak již bylo uvedeno, krize zasáhla všechny státy po celém světě a zejména hospodářská recese velkou mírou ovlivnila českou ekonomiku a domácí podniky. Mnoho českých podniků se potýkalo s velkými finančními i existenčními problémy. Především automobilový průmysl nejen v České republice zaznamenal v průběhu recese obrovské problémy a ztráty.

V této kapitole je vysvětlen dopad hospodářské krize v letech 2008 – 2010 na jeden z nejvýznamnějších podniků v České republice a zároveň největší automobilku u nás, společnost ŠKODA AUTO, a. s. Vývoj zkoumaných ukazatelů bude poté porovnán se současným vývojem společnosti.

Nejprve je pozornost věnována historii společnosti, která je již od počátku minulého století velmi úzce spjata s Českou republikou. Krátce jsou zmíněny základní informace o společnosti, organizační struktura a nejvýznamnější vyráběné automobily. Je také velmi nutné zmínit zahraniční trhy, s kterými společnost obchoduje. Tyto trhy hrály klíčovou roli v období krize, protože velkou měrou vyrovnávaly ztráty způsobené poklesem poptávky na domácím trhu. Nejdůležitější částí je pak analýza jednotlivých hypotéz během hospodářské recese a jejich dopad na společnost a vybrané ukazatele.

5.1 Historie společnosti

ŠKODA AUTO, a. s. je společností s dlouholetou tradicí a významnou historií pro celou Českou republiku. Společnost byla založena v prosinci roku 1895, dvěma nadšenými cyklisty, mechanikem Václavem Laurinem a knihkupcem Václavem Klementem. Oba Václavové na konci 19. století začali v Mladé Boleslavi s výrobou jízdních kol, v této době pojmenována velmi vlastenecky - Slavia. O čtyři roky později zahájil podnik Laurin & Klement výrobu motocyklů, která zaznamenala obrovské úspěchy v mezinárodních soutěžích. V roce 1905 pak podnik postupně přešel na výrobu automobilů.

Prvním automobilem vyrobeným podnikem Laurin & Klement byl Voiturette A, který se později stal symbolem českého veteránu a zajistil tak automobilce významné postavení na rozvíjejícím se mezinárodním trhu vozidel. Podnik se také velmi zasloužil o to, že se tehdejší Království české stalo nejsilnější hospodářskou a průmyslovou částí dunajské monarchie. Vzhledem k rostoucímu zájmu zákazníků a neustále se zvyšující výrobě došlo k přeměně na akciovou společnost. Podnik se stále více rozrůstal a se začátkem 1. světové války se začal podílet na válečné výrobě. Především snaha o udržení na trhu, modernizaci a rozšíření výroby vedlo v roce 1925 k sloučení s podnikem ŠKODA Plzeň, což bylo zásadním milníkem z hlediska historie společnosti. Na druhou stranu toto rozhodnutí také znamenalo zánik značky Laurin & Klement.

Po velké hospodářské recesi se podniku podařilo uspět na mezinárodním automobilovém trhu s modelem ŠKODA Popular. Velkou změnu pro podnik naopak představovalo období předválečné, kdy se ŠKODA Plzeň stala součástí hospodářského systému německé Říše. Výrobní program musel být omezen a výroba se podřídila válečným potřebám Německa. V období po 2. světové válce byla společnost přejmenována na národní podnik s označením AZNP ŠKODA a vzhledem k politické situaci v zemi jí náleželo monopolní postavení ve výrobě vozidel.

Během socialistické doby si mladoboleslavská automobilka držela svůj standart až do stagnace hospodářského systému v sedmdesátých letech. Po hospodářském útlumu dosáhla společnost dalšího velkého úspěchu až zavedením modelové řady ŠKODA Favorit v roce 1987.

Po roce 1989 v nových podmínkách tržního hospodářství bylo nutné najít pro automobilku silného zahraničního partnera s odpovídajícími zkušenostmi, který by pro českou společnost zajistil mezinárodní konkurenceschopnost. V prosinci 1990 se česká vláda dohodla s německým koncernem Volkswagen a 16. dubna 1991 zahájil svou činnost společný podnik ŠKODA automobilová a. s., který se stal spolu s VW, Audi a Seat čtvrtou značkou koncernu.⁶⁴

⁶⁴ KRÁLÍK, J. a L. NACHTMANN, Historie značky ŠKODA AUTO, ŠKODA Mobil, 2009, s. 7,

5.2 Základní informace o společnosti

Společnost ŠKODA AUTO a. s. je společnost s dlouholetou tradicí, která zaujímá velmi významné postavení na domácím, ale i zahraničním trhu. Za celou svou existenci prošla řadou proměn a změn. Například logo ŠKODA, používané v letech 1999 – 2011, bylo hodnoceno jako jedno z nejoriginálnějších a stylově nejčistších ochranných známek průmyslových podniků na světě, i když jeho autor není doposud znám. V roce 2011 se společnost rozhodla pro změnu svého loga. Představila jej na autosalonu v Ženevě a vyjadřuje symbol kvality a úspěchu společnosti dosaženého za dobu její existence. Nové logo společnosti je podstatně větší a vnější kruh lemuje moderní chromový vzhled.

Sídlem společnosti ŠKODA AUTO je město Mladá Boleslav již více než 100 let. Automobilový závod zaujímá rozlohou třetinu plochy a je zaměstnavatelem pro téměř polovinu obyvatel tohoto středočeského města. V roce 2011 dle statistických údajů v závodě pracovalo 19 691 zaměstnanců. Kromě samotného závodu, kde se nachází výrobní haly a řada ekonomických oddělení se k areálu řadí také blízko sídlící ŠKODA AUTO Muzeum otevřené v roce 1995 při příležitosti 100 letého výročí založení firmy, dále Zákaznické centrum ŠKODA, Technologické centrum a ŠKODA AUTO Parts centrum, které je centrem logistiky. Společnost podporuje také vzdělávání nejen svých zaměstnanců, ale i ostatních obyvatel Mladé Boleslavi a okolních měst. V historické části města má své sídlo Vzdělávací centrum, které je zázemím pro Vysokou školu ŠKODA AUTO. Společnost má kromě svého hlavního sídla v Mladé Boleslavi ještě dva další závody v Kvasinách a Vrchlabí.⁶⁵

⁶⁵ Interní materiály společnosti ŠKODA AUTO, a. s.

5.2.1 Organizační struktura

Společnost ŠKODA AUTO je řízena představenstvem. Představenstvo je tedy jejím statutárním orgánem a řídí běžnou činnost společnosti. Skládá se ze sedmi členů, přičemž každý z členů představenstva společnosti zodpovídá za svou oblast. Předsedou představenstva je Prof. Dr. h.c. Winfried Vahland, který zodpovídá za vedení společnosti a kontrolu dalších oblastí.

Dále je společnost rozdělena do jednotlivých oblastí. Za oblast Ekonomie zodpovídá Dipl. Kfm. Winfried Krause. Úkolem tohoto oddělení je zajištění dlouhodobé hospodářské stability společnosti, provozu a dalšího rozvoje informačních systémů. Oblast je dále zodpovědná za správu právních záležitostí společnosti. Do této oblasti patří tyto organizační jednotky – Controlling, Účetnictví, Treasury, Informační systémy a organizace a Právní záležitosti.

Oblast Prodej a marketing řídí Jürgen Stackman. Tato oblast je zodpovědná za prodej nových a ojetých vozů, originálních dílů, příslušenství a zajištění poprodejního servisu na domácích i zahraničních trzích. Cílem této oblasti je především rozvoj prodejní a servisní sítě a spokojenost potenciálních zákazníků.

Za oblast Výroby a logistiky je zodpovědný Ing. Michael Oeljeklaus. Z názvu je již zřejmé, že tato oblast ve spolupráci s ostatními oblastmi společnosti zajišťuje výrobu vozů, náhradních dílů, ale také náradí a přípravků nutných pro provoz vyráběných vozů. Dále je oblast členěna na dalších deset organizačních jednotek.

Oblast Technického vývoje, kterou řídí Dr. Ing. Eckhard Scholz, je zodpovědná za koordinaci vývoje designu vozu, karoserie a elektroniky. Dále se zabývá řízením procesů vztahujících se k projektu a stanovení termínové a finanční realizace vývojových projektů.

Důležitou oblastí pro společnost je Řízení lidských zdrojů, která poskytuje personální služby. Jedná se o plánování lidských zdrojů, tedy získávání, výběr a péči o zaměstnance, jejich vzdělávání a rozvoj. Dále dbá o podporu inovací, ochranu a bezpečnost závodu. Na tuto oblast dohlíží Ing. Bohdan Wojnar.

Poslední oblastí je Nákup, který zajišťuje pořízení výrobního a režijního materiálu, služeb, investičních celků, optimalizace struktury dodavatelů v rámci koncernu a zajištění dodavatelských kapacit. Tuto oblast spravuje Dipl. Ing. Karlheinz Emil Hell.⁶⁶

5.2.2 Nejvýznamnější vyráběné vozy

Společnost ŠKODA AUTO a. s. se snaží o udržení mezi nejprodávanějšími vozy v České republice, ale také o dobré postavení na zahraničních trzích. Stále proto rozšiřuje nabídku svých vozů nebo se snaží o modernizaci vozů stávajících. I přes veškerou snahu o modernizaci vozového parku a zvýšení zájmu o nové vozy značky ŠKODA, se stále na českých silnicích pohybují starší modely, které se vyráběly v osmdesátých a devadesátých letech minulého století.

Mezi nejstarší vyráběné modely patří ŠKODA 105 a 120, které byly vyrobeny v osmdesátých letech a dále upravovány. V roce 1984 pak společnost začala vyrábět automobil ŠKODA 130, bylo to necelý rok poté, co proběhla modernizace předchozích dvou modelů. ŠKODA 130 se vyznačovala především novou pětistupňovou převodovkou a výkonnějším motorem. V roce 1987 pak následoval Favorit, který byl veřejností velmi dobře přijat. Automobilka nabízela řadu limitovaných sérií, akčních modelů s nadstandartní výbavou. Od základního provedení Favoritu byla poté odvozena ŠKODA Forman a ŠKODA Pick-up.

Velký přelom nastal v říjnu 1994, kdy po společném vyvíjení společnosti ŠKODA AUTO a koncernu VW, byla představena ŠKODA Felicia. Vůz byl premiérově představen v Praze a přinesl velké změny zejména ve zvýšení kvality a celkové modernosti interiéru. V roce 1999 společnost rozšířila své řady o nový model ŠKODA Fabia, který byl představen na autosalonu ve Frankfurtu. Fabia se i dnes vyznačuje dostatečným vnitřním prostorem a bezpečností. Od roku 2004 se Fabia vyrábí s mnoha inovacemi a novou nabídkou interiérů včetně moderních barevných provedení. O rok později, kdy společnost představila nový model ŠKODA Fabia, byla představena v Paříži Fabia Combi, která se stále vyznačuje především velkým zavazadlovým prostorem. Další nabízené verze Boleslavské

⁶⁶ Interní materiály společnosti ŠKODA AUTO, a. s.

automobilky jsou Fabia Sedan s charakterem elegantní limuzíny, Fabia RS, která patří do kategorie sportovních vozů a Fabia Praktik, která se řadí do lehkých užitkových vozů. Kromě těchto vozů společnost vyrábí i prostorové vozy Roomster a Yeti. Zejména druhý jmenovaný je velice oblíbený na zahraničních trzích v Indii a Číně.

Velmi významným vozem vyráběným ve společnosti ŠKODA AUTO je již od roku 1996 ŠKODA Octavia. Druhá generace tohoto vozu vyráběná od roku 2004 zachovala přednosti původního modelu – elegantní design, vysokou kvalitu zpracování a vynikající jízdní vlastnosti. Dříve se vůz řadil především do střední třídy, ale po zavedení nových prvků – přívod vzduchu k zadním sedadlům, aktivní opěrky hlavy integrované do předních sedadel nebo systém kontroly tlaku v pneumatikách, které patří spíše do vozů vyšších tříd se i Octavia druhé generace zařadila do této třídy. Ve stejném roce byl představen na autosalonu v Paříži model ŠKODA Octavia Combi s novým designem interiéru i exteriéru, vyšším komfortem a větším vnitřním prostorem. Octavia Combi je nabízena ve verzích CLASSIC, Ambiente, Elegance a Scout. Vůbec prvním vozem vyráběným automobilkou v této vyšší třídě byl ale již v roce 2001 Superb. Jedná se o luxusní limuzínu s řadou komfortních prvků výbavy.⁶⁷

Poslední model, který byl automobilkou představen na konci roku 2011 je malý městský vůz Citigo, který zaujal především svou velmi příznivou cenou. Na začátku roku 2012 pak společnost představila tento vůz v pětidvéřovém rodinném provedení.

Společnost ŠKODA AUTO tedy od svých počátků až do současnosti představila na světových veletrzích mnoho modelů vozů a je více než jasné, že se designeři společnosti v rámci Růstové strategie, jejíž smysl bude vysvětlen v závěru práce, budou i nadále snažit pracovat na nových verzích stávajících vozů nebo zcela nových modelech automobilů.

Na českém trhu je společnost dlouhodobou jedničkou, bylo tomu tak i v letech 2008 – 2010, tedy v období krize a samozřejmě i v roce 2011. Velký nárůst oproti krizovým hodnotám zaznamenal především vůz značky Octavia, kde se nárůst prodeje pohyboval okolo 37 %.

⁶⁷ Interní materiály společnosti ŠKODA AUTO, a. s.

5.2.3 Zahraniční trhy

Společnost ŠKODA AUTO, a. s. působí kromě domácího českého trhu v dalších 101 zemích po celém světě a obchoduje s více než 5 000 obchodními partnery. Mezi významné odběratele ve střední Evropě patří Slovensko, Polsko, Maďarsko, Rakousko a Slovinsko. Ze zemí západní Evropy jsou pak největšími obchodními partnery Německo, Velká Británie, Irsko, Nizozemí a Francie. Dále společnost dodává své automobily do Itálie, Španělska, ale také na Kypr. Ze zemí východní Evropy je pak největším odběratelem Rusko, dále také ŠKODA AUTO obchoduje na trzích v Chorvatsku, Bělorusku, Ukrajině nebo Černé hoře. Společnost dodává také na vzdálenější a exotické trhy, které jsou pro jiné společnosti netypické. Jedná se například o Spojené Arabské Emiráty, Omán, Keňu, Nigérii, Thajsko, Singapur, Dominikánskou republiku nebo Kostariku. V posledních letech se kromě Ruska významnými obchodními partnery stala Čína a Indie.

Je více než jasné, že pro společnost je prioritním zájmem domácí trh, ale byly to právě poslední tři výše zmíněné země, které již během krize ale především v minulém roce a na počátku roku 2012 zaznamenaly obrovský zájem místních obyvatel o vozy společnosti. Zájem veřejnosti o vozy ŠKODA AUTO na zahraničních trzích vyvolal nárůst tržeb, který velice rychle vyrovnal stagnace a poklesy prodejů na domácím trhu během krize. V roce 2011 společnost zvýšila své prodeje o 15 % na 875 000 prodaných vozů, což se stalo jejím novým rekordem. Velký podíl na tomto rekordu měl především čínský a indický trh. Na druhém zmíněném trhu, společnost v roce 2011 zvýšila prodej vozů o 50 % na 30 005 prodaných vozů. Podíl české značky na světovém trhu se zvýšil na 1,4 %. Je také velmi nutné zmínit, že značka ŠKODA má pro plánovaný růst v Indii vynikající výchozí pozici, na indickém trhu působí již od roku 2001 a neustále zvyšuje prodeje. V posledních deseti letech bylo zákazníkům v Indii dodáno celkem 132 000 vozů značky ŠKODA.⁶⁸

Vzhledem k velké orientaci na zmíněné zahraniční trhy došlo ve společnosti k řadě změn. Jednou z nejvýznamnějších změn byl vstup tuzemské prodejní organizace do Svazu dovozců automobilů a budoucí přestěhování z Mladé Boleslavi do Prahy. Společnost tuto změnu zdůvodňuje především tím, že je nutné zjednodušit vztahy s českými dealery,

⁶⁸ Interní materiály společnosti ŠKODA AUTO, a. s.

reklamními agenturami a velkými zákazníky a mít zastoupení tam, kde většina ostatních automobilek.

Ještě než bude pozornost věnována hospodářské krizi ve společnosti, je nutné poznamenat, že po krizových letech 2008, 2009 a částečně také roku 2010, znamenal rok 2011 výrazné zlepšení v situaci společnosti. Předseda představenstva společnosti ŠKODA AUTO Prof. Dr. h.c. Winfried Vahland jen potvrdil výše uvedená tvrzení: „*ŠKODA je na celém světě v růstovém kurzu. Největší potenciál vidíme především na dynamických trzích Indie, Ruska a Číny. Indický trh je v rámci našich plánů jasně v popředí.*“⁶⁹

⁶⁹ Interní materiály společnosti ŠKODA AUTO, a. s.

5.3 Hospodářská krize ve společnosti

Dříve než bude věnována pozornost jednotlivým analýzám, je nutné přiblížit vývoj společnosti před hospodářskou recesí. Společnost ŠKODA AUTO, a. s. dosahovala v tomto období velmi dobrých výsledků, zvyšovala výrobu automobilů i dodávky zákazníkům. Na druhé straně se také potýkala s řadou vnějších vlivů, které v některých letech zásadně ovlivnili její činnost.

Výsledky před krizí jsou analyzovány od roku 2002, kdy společnost zaujímala polovinu podílu na českém trhu. Tento rok však ovlivnily zejména konjunkturální příčiny a ničivé srpnové záplavy. Díky těmto důvodům poklesla poptávka po automobilech téměř na všech významných trzích i na trhu tuzemském. Společnost v tomto roce zavedla řadu opatření, například podobně jako v roce 2008, propouštěla externí zaměstnance.

V roce 2003 se společnosti přes trvající nepříznivý vývoj na trzích osobních automobilů podařilo zvýšit prodeje vozů. Tento nárůst představoval zvýšení prodeje o 1 % a objemově znamenal zvýšení o 4 233 osobních vozů.⁷⁰ I přes zlepšení výsledků oproti minulému roku nebyla tato situace pro značku ŠKODA dostačující a společnost v reakci na tento vývoj rozšířila nabídku produktů, pořádala speciální prodejní akce a snažila se snížit režijní a materiálové náklady.

Problémy na trhu automobilů opět přetrvávaly i v roce 2004. Nejvíce se společnost musela potýkat s nízkým hospodářským růstem a zejména s vysokými cenami ropy. Tyto faktory nepříznivě ovlivňovaly hospodářství států EU, na které z 84 % ŠKODA AUTO dodává osobní vozy.⁷¹ I přes tyto nepříznivé okolnosti společnost zvýšila prodeje o 1917 prodaných vozů oproti roku 2003.

Změnu oproti předešlým rokům zaznamenala společnost v roce 2005, kdy se nárůst o 9 % oproti roku předešlému stal nejlepším výsledkem v její historii. Společnost začala významně konkurovat ostatním automobilovým společnostem působících na zahraničních

⁷⁰ ŠKODA AUTO, a. s. Výroční zpráva 2003, s. 42

⁷¹ ŠKODA AUTO, a. s. Výroční zpráva 2004, s. 38

tržích a také velkou mírou svými aktivitami přispěla k dynamickému růstu celého průmyslu. Export společnosti v tomto období činil 152,8 mld. Kč, což představovalo 8,2 % celkového exportu České republiky. Společnost dále rozvíjela svou strategii zachování blízkého vztahu k zákazníkům, což ji zejména v tomto období přineslo obrovské úspěchy. Kromě jiných aktivit také ŠKODA AUTO ve spolupráci s Ministerstvem financí ČR a agenturou CzechInvest zahájila investice v celkové hodnotě 6,3 mld. Kč do rozšíření výrobního závodu Kvasiny, kde vytvořila 2 150 nových pracovních míst. V tomto roce také zahájila investici do rozvoje Technologického centra Česana, kde vytvořila 370 nových míst, zejména v oblasti vývoje.⁷²

V roce 2006 společnost pokračovala ve výborných výsledcích z loňského roku a podařilo se ji poprvé v historii překročit hranici 500 000 prodaných vozů. Společnost také rozšířila své výrobní kapacity v ruské Kaluze, Kazachstánu a Ukrajině.

Těsně před vypuknutím celosvětové finanční a hospodářské krize, tedy v roce 2007, společnost dodala svým zákazníkům 630 032 nových automobilů a její zisk po zdanění dosáhl 15,892 miliard. Kč. Dále pokračovala v investicích do výrobních kapacit na zahraničních trzích a mimo jiné vstoupila také na australský trh. Společnost od této doby začala působit již na 100 zahraničních trzích po celém světě. Shrnutí informací uvedených výše analyzuje na vybraných ukazatelích následující Tab. 10

Tab.10: Vývoj vybraných ukazatelů v období 2002 - 2007

Ukazatel	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Dodávky vozů	445 525	449 758	451 675	492 111	549 667	630 032
Výroba vozů	442 469	437 554	444 121	494 637	556 433	623 529
Zaměstnanci	23 470	22 798	24 561	26 014	26 738	27 753
Tržby (mil.)	145 694	145 197	155 396	177 822	189 816	211 026
Čistý zisk (mil.)	1 825	1 478	3 133	7 363	10 882	15 892

Zdroj: Výroční zprávy 2002 – 2007 společnosti ŠKODA AUTO, a. s.
Zpracování: Vlastní

⁷² ŠKODA AUTO, a. s. Výroční zpráva 2005, s. 44

Nárůst prodejů od roku 2005 utlumila až již zmiňovaná hospodářská krize, která se výrazně dotkla automobilového průmyslu po celém světě, společnost ŠKODA AUTO, a. s. nebyla výjimkou, přestože se jedná o předního českého výrobce aut s významnou historií a mezinárodním úspěchem.

I když by se mohlo zdát, že společnost nezaznamenala takové ztráty jako například automobilové společnosti v západní Evropě a bylo tomu tak především z důvodu expanze na již zmíněné zahraniční trhy, hospodářská krize se samozřejmě podepsala na dosažených výsledcích společnosti a přinesla s sebou řadu problémů.

Již v úvodu této práce byly zmíněny 3 základní hypotézy, které jsou v této práci zkoumány. Jedná se o analýzu prodejů osobních automobilů na jednotlivých trzích, prodejů dle modelových řad a zaměstnanosti ve společnosti ŠKODA AUTO, a. s. Nejprve je podrobně vysvětlena analýza prodejů osobních automobilů a hypotéza prodejů modelových řad značky ŠKODA zákazníkům. Hypotéza poklesu zaměstnanosti je vysvětlena velmi okrajově a obecně. Hlavním důvodem je respektování přání společnosti o utajení těchto citlivých informací.

5.3.1 Analýza prodejů na domácím a zahraničním trhu

V předcházející kapitole byl velmi podrobně zkoumán celosvětový vývoj trhů osobních automobilů. Nyní jsou tyto trhy zkoumány z hlediska samotné společnosti ŠKODA AUTO, a. s. a jejich prodejů do vybraných zemí. Pro tuto práci byly zvoleny nejvýznamnější trhy pro společnost ŠKODA AUTO. Analyzován je tak kromě tuzemského trhu i německý, čínský, indický a ruský trh. Vývoj trhů a prodeje společnosti jsou analyzovány v období krátce před hospodářskou recesí a během krize. Dále je také zmíněn vývoj prodejů v roce 2011 a nastíněn budoucí vývoj.

Jak již bylo uvedeno, rok 2007 znamenal pro společnost velmi výrazné zlepšení, jak na domácím trhu, tak z hlediska upevnění pozice na zahraničních trzích. V následujícím roce došlo ve společnosti ŠKODA AUTO také k nárůstu prodejů, přestože většina podniků zaznamenávala první ztráty a byla již nucena přijímat protikrizová opatření. V roce 2008

společnost dokonce zvýšila prodeje o 7 %, objemově tedy na 674 530 prodaných automobilů a i v dalších letech během krize dodávky společnosti stále rostly. Následující Tab. 11 ukazuje vývoj dodávek zákazníkům a výrobu automobilů ve zkoumaném období.

Tab.11: Výroba a dodávky vozů společnosti ŠKODA AUTO, a.s.

	2007	2008	2009	2010	2011
Celkem vyrobeno vozů	623 529	603 247	519 910	576 362	674 010
Celkem dodáno vozů	630 032	674 530	684 226	762 600	879 200

Zdroj: Výroční zpráva společnosti ŠKODA AUTO, a. s., s. 185
Zpracování: Vlastní

K této tabulce je nutné doplnit a zdůraznit informace týkající se vyrobených a dodaných vozů. Pokud jsou analyzována data vyrobených vozů, jedná se o takové automobily, které vyrobila jen společnost ŠKODA AUTO, a. s. ve svých závodech. Situace je ovšem jiná u vozů dodaných zákazníkům. V těchto číslech jsou již zahrnuty automobily, které byly vyrobeny i v koncernových závodech, tedy skupině ŠKODA AUTO a dodány zákazníkům. Celkové dodávky jsou tedy vyšší než automobily vyrobené v závodech společnosti, odlišnost je způsobena právě již zmíněnou výrobnou v koncernových závodech.

V roce 2008 tedy společnost i přes klesající výrobu v závodech ŠKODA, zvýšila prodeje svým zákazníkům. Největší podíl na tomto výsledku měly zahraniční trhy a to především trhy asijské a země východní Evropy. Prodeje společnosti vzrostly ve východní Evropě o více než 30 % na 123 630 prodaných vozů. Nejvýznamnějším obchodním partnerem se pak stalo Rusko, kde bylo prodáno přes 50 000 vozů, což znamenalo meziroční nárůst o celých 84,2 %. Na čínském trhu zaznamenala automobilka výrazný rozdíl oproti roku předcházejícímu, kdy i přes začátky krize společnost na tento trh dodala přes 59 000 osobních automobilů, což znamenalo meziroční nárůst o celých 117 %. Dalších 16 051 vozů pak bylo prodáno v Indii, což představovalo nárůst oproti předešlému roku o 30 %.

Úspěšná byla společnost také na trzích západní Evropy, kde podíl značky vzrostl na 2,3 %. Nejsilnějším trhem v západní Evropě pak bylo pro mladoboleslavskou automobilku Německo, kde zvýšila svůj tržní podíl v roce 2008 na 3,9 %, což objemově představuje

112 504 prodaných vozů. Na zahraničních trzích společnost čím dál více posilovala svou pozici, ale na domácím trhu zaznamenala výraznější pokles zájmu i dodávek konečným zákazníkům a s tím související pokles prodeje. Zatímco v roce 2007 společnost prodala na českém trhu 66 806 osobních vozů a pokračovala tak v rostoucím trendu z minulých let, v roce následujícím prodala na tomto trhu 58 001 osobních vozů.⁷³

Následující rok, kdy již většina firem nejen v automobilovém průmyslu řešila problémy spojené s finanční a hospodářskou krizí, musela i společnost ŠKODA AUTO začít řešit nastalou situaci. Prodeje zákazníkům taktéž v tomto roce i nadále rostly, jak ukazuje již zmíněná Tab. 11, ale zdaleka to nebyl nárůst takový, jaký do té doby společnost plánovala. Dodávky v roce 2009 byly sice o více než 10 000 vozů vyšší, ale přesto na velké většině trhů společnost zaznamenala pokles prodeje svých automobilů. Na svém domácím trhu i přes obhájení vedoucí pozice, značka ŠKODA prodala oproti roku předcházejícímu 56 504 vozů, což znamenalo pokles o 2,6 %. Na evropském trhu společnost zaznamenala pokles prodeje zejména na Slovensku a to o 17,9 %, objemově tedy prodala 14 618 vozů. Dále na Maďarském trhu prodala jen 5 234 osobních automobilů a snížila své o prodeje o 56 % oproti roku 2008. Příčinou tohoto vývoje byla jednoznačně hospodářská krize, která v Maďarsku způsobila zdrženlivost potenciálních zákazníků. Obrovské ztráty utrpěl také automobilový trh ve východní Evropě. Značka ŠKODA dodala na tento trh celkem 60 464 automobilů, což představovalo pokles o 51 %. Největším podíl v prodeji osobních automobilů na tomto trhu mělo Rusko, ve kterém i přes pokles oproti loňskému roku bylo prodáno přes 33 000 vozů. V zemích západní Evropy prodeje společnosti v tomto roce spíše stagnovaly, velkým úspěchem byl ale německý trh, kde díky zavedení šrotovací prémie společnost prodala 162 328 automobilů a zaznamenala na tomto trhu posílení své značky o 40 %.

Nejvíce ale celkové prodeje společnosti ŠKODA ovlivnil asijský trh a to konkrétně trh čínský. Odbyt na tomto trhu činil 122 556 prodaných osobních automobilů, což představovalo nárůst o 106,7 % oproti roku předchozímu. Je jisté, že to byl právě tento trh, který byl klíčový pro zvýšení celkových dodávek společnosti. Indický trh, který byl

⁷³ Interní materiály společnosti ŠKODA AUTO, a. s.

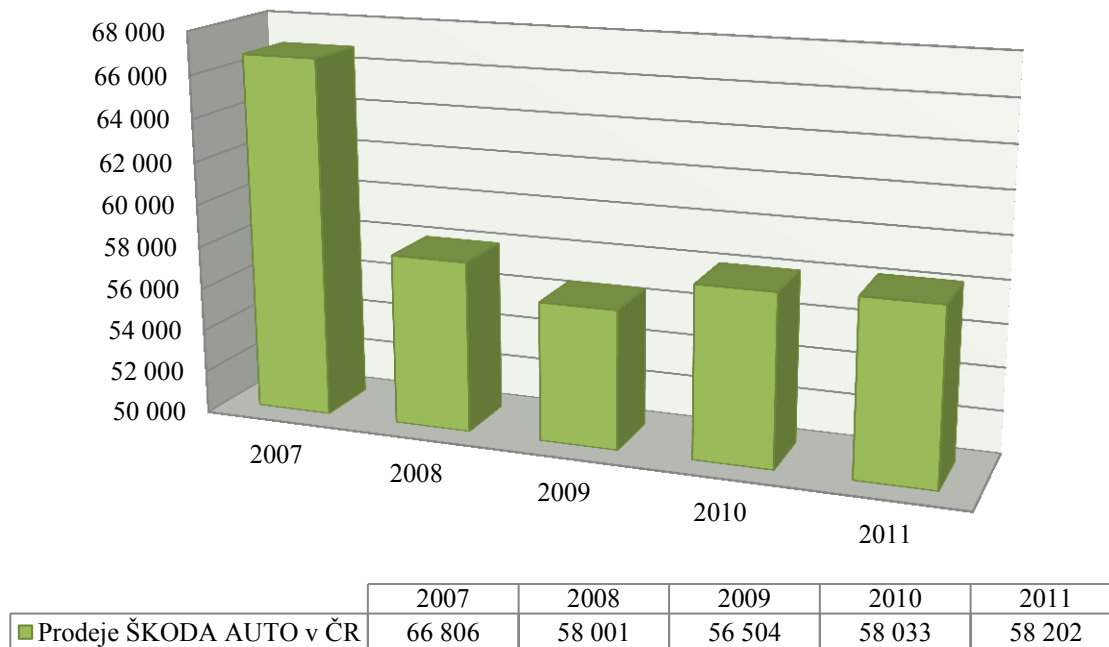
v posledních letech také významných odbytištém, zaznamenal rovněž jako většina trhů pokles prodeje vozů ŠKODA o 9,4 %. Na tomto trhu bylo prodáno 14 535 osobních vozů.

Rok 2010 představoval pro společnost zlepšení situace téměř na všech jejích odbytištích. Prodeje v tomto roce činily 762 200 osobních vozů a klíčový byl pro tento výsledek opět čínský trh. Společnost zaznamenala zlepšení situace i na domácím trhu, kde po předchozích poklesech prodejů společnost prodala 58 033 vozů, nárůst oproti minulému roku byl téměř o 3 %. Jediným trhem, kde společnost zaznamenala pokles a to o 30 %, bylo Německo. Oproti předcházejícímu vynikajícímu výsledku, který byl ovlivněn zejména zavedením šrotovací prémie, zde společnost prodala 113 323 vozů. Díky zavedení šrotovací prémie se zlepšila i situace na ruském trhu, kde oproti loňskému roku společnost zvýšila prodeje o 38,1 % více, objemově bylo na tomto trhu prodáno 45 577 osobních automobilů. Dynamicky se rozvíjející čínský trh opět zaznamenal nárůst prodejů o 47,3 % na 180 515 prodaných vozů. Na indickém trhu společnost prodala 20 019 a navýšila své dodávky o 37,7 %.⁷⁴

Krizový vývoj prodejů osobních automobilů ve společnosti vykazuje zajímavé závěry. Společnost během tohoto období sice zvyšovala své dodávky zákazníkům, ale díky hospodářské recesi byl tento růst zpomalen. Na domácím trhu společnost během krizového období zaznamenala pokles prodejů a situace se změnila až v roce 2010. Velmi významné pro celou značku bylo zavedení šrotovací prémie zejména v Německu. Klíčový pro celou značku však byl beze sporu čínský trh, který v celém krizovém období zaznamenával dynamický růst.

⁷⁴ Interní materiály společnosti ŠKODA AUTO, a. s.

Pro dokreslení celé situace na českém trhu v období krize slouží následující Obr. 7, ve kterém je zkoumán vývoj prodejů v tomto období.



Obr. 7: Vývoj prodejů ŠKODA AUTO za období 2007 – 2011

Zdroj: Výroční zprávy 2007 - 2011 společnosti ŠKODA AUTO, a. s.
Zpracování: Vlastní

Na Obr. 7 je patrné, že pro značku ŠKODA byl na tuzemském trhu nejúspěšnější předkrizový rok, poté v období hospodářské recese nastal útlum prodejů osobních vozů na zkoumaném trhu a situace se začala opět zlepšit od roku 2010.

Jak je zřejmé z uvedených faktů, situace na automobilových trzích se v roce 2010 začala zlepšit. Další zlepšení zaznamenala společnost také v roce 2011. Vývoj společnosti a prodejů osobních automobilů na vybraných trzích v roce 2011 dokládá následující Tab. 12.

Tab.12: Prodeje ŠKODA AUTO na vybraných trzích v roce 2011

Ukazatel	ČR	Rusko	Čína	Indie	Německo
Prodeje 2011 (vozy)	58 202	74 074	220 089	30 005	128 011
Změna v (%)	0,3	62,5	22,0	49,8	13,0

Zdroj: Výroční zpráva společnosti ŠKODA AUTO, a. s., s. 82
Zpracování: Vlastní

Dle uvedené Tab. 12 je zřejmé, že společnost v roce 2011 zaznamenala nárůst prodeje na všech svých významných odbytových trzích oproti roku předcházejícímu. Výrazný nárůst byl zaznamenán především v Rusku a Indii. Jediné problémy s odbytem, které v tomto roce společnost zaznamenala, byly na trzích jižní Evropy, které ovlivnila zejména dluhová krize uvnitř eurozóny. Poklesy byly výrazné zejména na španělském a portugalském trhu, ale také v Irsku, které velmi výrazně zasáhla především finanční krize.

Na počátku roku 2012 společnost dále pokračovala ve výborných výsledcích dosažených v roce předcházejícím. Jen v únoru tohoto roku prodeje společnosti vzrostly o 13,1 % na více než 72 100 prodaných vozů⁷⁵ oproti stejnému období roku předcházejícího. Prodeje rostly ve všech prodejních regionech, mimořádně vysokých přírůstků dosáhla ŠKODA při prodeji v Evropě, Indii a Číně. Společnost tedy očekává v rámci růstové strategie další nárůst prodeje během roku 2012 na všech svých prodejních trzích.

5.3.2 Analýza prodeje podle modelových řad

Zatímco v předchozím oddílu byla pozornost věnována prodeji osobních automobilů společnosti na významných trzích doma i v zahraničí, nyní je analyzován prodej jednotlivých modelů značky ŠKODA zákazníkům na všech trzích dohromady. V tomto oddílu jsou zkoumány hlavní modely vyráběné společností před, během krizového období a v roce 2011. Krátce je také nastíněn vývoj v roce 2012. Podíl jednotlivých modelových řad na prodeji a celkový prodej je shrnut v přehledné tabulce v závěru této kapitoly.

⁷⁵ Interní materiály společnosti ŠKODA AUTO, a. s.

Nejprve je nutné zaměřit pozornost na předkrizový vývoj, tedy rok 2007. Tento rok byl pro společnost velmi úspěšný a znamenal mimořádnou poptávku zákazníků po vozech značky ŠKODA. V tomto roce také společnost zahájila výrobu druhé generace vozu Fabia, která si okamžitě získala pozornost spotřebitelů a v důsledku toho, společnost omezila výrobu první verze tohoto typu vozu. Z hlediska oblíbenosti si 37 % zákazníků při svém rozhodování o koupi vozu zvolilo právě Fabii. Společnost také v tomto roce zvýšila prodeje prostorového vozu Roomster. V devíti evropských zemích získal tento vůz první místo ve svém tržním segmentu. Podíl na prodejích společnosti činil 10,6 %. Podobně jako v minulých letech se však nejoblíbenějším kupovaným vozem stala ŠKODA Octavia, která si dlouhodobě drží své místo v podvědomí zákazníků. Ve sledovaném roce se tento model podílel celou polovinou na prodejích společnosti. Své místo v podvědomí zákazníků měl také vůz vyšší třídy, tedy Superb, který byl oblíben především u své cílové skupiny a podíl na prodejích činil 3,4 %.

Rok 2008 znamenal pro značku téměř podobný vývoj z hlediska zájmu zákazníků jako rok předcházející. Spotřebitelé opět nejvíce volili model Octavia, druhým nejvíce oblíbeným vozem byla ŠKODA Fabia. U prvního jmenovaného modelu společnost zaznamenala mírný nárůst oproti roku předcházejícímu, kdy se podíl na prodejích rovnal 51 %. Model Fabia byl i v tomto roce u zákazníků stejně oblíben. Velkým překvapením tohoto roku byl nejen pokles prodejů ale i zájmu o model ŠKODA Roomster, přestože se jedná o vůz, který je cenově velmi dostupný. Vzhledem k blížící se krizi by se spíše dalo očekávat, že zákazníci budou projevovat zájem o levnější vozy, opak byl ale pravdou a společnost prodala o 38 % vozů méně. Podíl na celkových prodejích tohoto modelu činil 8,2 %. V roce 2008 naopak veřejnost volila vůz vyšší třídy a společnost zvýšila prodeje o 28 % u modelové řady Superb. Zájem o tento vůz pak projevila především vyšší střední třída a podíl na prodejích společnosti vzrostl na 3,8 %. Do dalšího roku, ale společnost počítala s citelným úderem finanční a hospodářské krize, a proto očekávala výrobu spíše cenově dostupnějších vozů.

Společnost ŠKODA AUTO tedy do roku 2009 vstupovala spíše s očekáváním stagnace a poklesů zájmů o své automobily u potenciálních zákazníků. Negativní očekávání se v tomto roce jen potvrdila a společnost zaznamenala pokles zájmu nebo stagnaci téměř u

všech prodávaných značek. Nejvíce se opět prodávala ŠKODA Octavia, i když podíl na prodejkách u tohoto vozu poklesl na 45 %. Druhou oblíbenou značkou byla opět ŠKODA Fabia, u které se zájem zvýšil, a tento vůz se podílel na prodejkách 39,9 %. Prostorový vůz Roomster, který se stal třetím neprodávanějším vozem společnosti, zaznamenal pokles na svém cílovém trhu a zájem o něj projevilo méně zákazníků, což se také projevilo na poklesu podílu na celkových prodejkách na 7 %. Velmi nezvyklý vývoj v krizovém období zaznamenala společnost u vozů Superb, přestože se jedná o vůz vyšší třídy a dalo by se spíše očekávat, že tyto vozy nebudou v této době velmi poptávány, společnost u tohoto modelu zaznamenala zvýšenou poptávku a prodala o 28 % vozů více než v roce předcházejícím. Společnost tedy v tomto roce uspěla u svých zákazníků zejména s modelem Superb, který zaznamenal téměř dvojnásobný zájem zákazníků oproti roku předcházejícímu. Vzhledem k poklesu prodejků u významných modelových řad, byla společnost nucena přijmout protikrizová opatření. Jedním z nich byla výroba nové modelové řady. Společnost od tohoto roku začala s výrobou dalšího vozu střední třídy, ŠKODA YETI, který měl oslovit širší veřejnost, díky své prostornosti a atraktivnímu vzhledu. Společnost reagovala na pokles zájmů o vyráběné modely také zvýšenou reklamou. Nezaměřila se ovšem na nejprodávanější vůz Octavia, ale především na model Superb, který hrál v tomto roce významnou roli. V době krize tedy společnost doslova zahltala všechna důležitá média reklamou na automobilové vozy značky ŠKODA. Je důležité poznamenat, že společnost po celou dobu krize nesnížila cenu prodávaných vozů a snažila se spíše zaujmout zákazníky jinými marketingovými tahy. Do vozů vyšší třídy například za zvýhodněnou cenu dodávala nadstandardní výbavu.

Dříve než bude analyzován rok 2010 z hlediska zájmů zákazníků o modelové řady značky ŠKODA, je nutné zmínit vliv šrotovací prémie. Společnost v tomto roce zaznamenala zvýšený zájem spotřebitelů o vyráběné vozy. Pokud je ale tento zájem porovnán jen vzhledem k roku 2009, jedná se o zájem menší, protože rok 2009 byl ovlivněn právě zavedením šrotovací prémie a znamenal extrémní poptávky po většině modelových řad společnosti. Z hlediska oblíbenosti byla na prvním místě opět ŠKODA Octavia, která ale již z důvodů zmíněných výše zaznamenala pokles svých zákazníků a podíl na celkových prodejkách snížila o 0,5 %. Na druhém místě opět skončila ŠKODA Fabia, u které byl ale pokles zájmu velmi výrazný. Společnost u této řady bojovala s poklesem zájmů a podílu na

prodejích o téměř 10 %. Pokles zájmů o vozy ŠKODA Roomster pokračoval i v roce 2010. Na prodeji této značky se citelně podepsala hospodářská krize, která výrazně ovlivnila tento cílový trh. Prostorný vůz Roomster je určen především pro praktické účely a je velmi často kupován do firem, které během krize výrazně omezily investice do svého vozového parku. V roce 2009 společnost začala vyrábět rodinný vůz ŠKODA YETI a po velmi dobrém přijetí i v roce následujícím společnost u tohoto vozu zvýšila zájem svých zákazníků. Největší oblíbenost, ale společnost zaznamenala u vozů značky Superb, u kterého vzrostl podíl na prodejích společnosti na 13 %. U tohoto vozu je důležité poznamenat, že rekordního výsledku dosáhla společnost zejména díky čínskému trhu.

Rok 2011 byl pro společnost ŠKODA AUTO úspěšným na všech tržních segmentech. Společnost zvýšila prodeje v tomto roce u všech svých modelových řad. Z hlediska zájmu zákazníků, byla opět na prvním místě ŠKODA Octavia. V tomto roce zájem zákazníků narostl především u modelů Superb a Yeti. Naopak u druhého nejoblíbenějšího modelu Fabia, poklesl zájem zákazníků a podíl na prodejích společnosti činil 21,9 %. V roce 2011 začala společnost ŠKODA AUTO prodávat nové modely automobilů. Jedním z nich je malý městský vůz Citigo, kterého se již v tomto roce prodalo 510 vozů. Pro přehlednost a shrnutí vývoje zájmu zákazníků o modelové řady společnosti slouží následující Tab. 13.

Tab.13: Vývoj prodejů modelových řad v období 2008 - 2011

Modelová řada	2008		2009		2010		2011	
	podíl (%)	prodej (ks)	podíl (%)	prodej (ks)	podíl (%)	prodej (ks)	podíl (%)	prodej (ks)
Octavia	51,0	344 857	45,0	307 918	45,9	349 746	44,1	387 183
Fabia	37,0	246 561	39,9	273 590	30,0	229 045	30,4	266 763
Roomster	8,2	57 467	7,2	47 152	4,2	32 332	4,1	36 010
Superb	3,8	25 645	6,5	44 548	13,0	98 873	13,3	116 726
Yeti	-	-	1,6	11 018	6,9	52 604	8,0	70 321
Celkem	100	674 530	100	684 226	100	762 600	100	877 003

Zdroj: Výroční zprávy 2008 - 2011 společnosti ŠKODA AUTO, a. s.
Zpracování: Vlastní

Z vývoje zájmu spotřebitelů o konkrétní modelové řady značky ŠKODA, lze shrnout tyto výsledky. Již bylo uvedeno, že největší podíl na prodejích společnosti zaujímá ŠKODA Octavia. Na druhou stranu je také patrné, že spotřebitelé během těchto let volili spíše vozy střední a vyšší třídy, kterým dávali přednost před vozem třídy nižší. U modelů Octavia a Fabia je patrný klesající zájem zákazníků v jednotlivých letech. Již během krizového období je také viditelný nárůst modelu ŠKODA Superb. Během krize tedy spotřebitelé volili kvalitu před dostupnější cenou a dávali přednost dražším vozům Superb. U toho modelu je opět nutné poznamenat, že na stoupající tendenci v zájmu spotřebitelů má podstatný vliv čínský trh. Mezi posledními zkoumanými lety je také patrný zvýšený zájem o vyráběný vůz ŠKODA Yeti. V roce 2012 společnost počítá zejména se zvýšením prodeje vozů vyšší třídy a nového modelu Citigo.

5.3.3 Analýza vývoje zaměstnanosti ve společnosti

V předchozích dvou hypotézách byly zkoumány prodeje osobních vozů na domácím i zahraničních trzích společnosti ŠKODA AUTO, a. s. Nyní je nutné pro celkový přehled o společnosti analyzovat také zaměstnanost. Nejdříve je nutné zmínit několik základních faktů, které jsou při této analýze velmi důležité. Jako první je třeba zdůraznit, že tato analýza je zkoumána velmi obecně a spíše okrajově, protože společnost si tyto informace pečlivě chrání. Dále je třeba přiblížit, že společnost ŠKODA AUTO využívá při své činnosti nejen své kmenové zaměstnance, ale také najímá pracovníky od externích firem. Jako poslední je nutné zmínit, že při jednání mezi zaměstnanci a společnostmi mají velkou váhu odbory, které vyjednávají nové kolektivní smlouvy zejména na dobu dvou let.

V předcházejících kapitolách již bylo uvedeno, že společnost ŠKODA AUTO, a. s. ve svém mateřském závodě v Mladé Boleslavi zaměstnává téměř polovinu obyvatel tohoto středočeského města. Dále má také významný podíl na zaměstnanosti v dalších městech, kde má společnost své závody. Jedná se o výrobu v závodech ve Vrchlabí a Kvasínách. Tato situace se nezměnila ani během krize a společnost byla v tomto období a je i v současnosti největším zaměstnavatelem nejen města Mladá Boleslav. Pro dokreslení zaměstnanosti v krizových letech, je nejdříve nastíněn vývoj zaměstnanosti

v předkrizovém období, tedy od roku 2002. Pro zachycení tohoto vývoje slouží následující Tab. 14.

Tab.14: Vývoj zaměstnanosti v letech 2002 – 2007 ve společnosti ŠA, a. s.

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Kmenoví zaměst.	21 291	20 490	20 897	22 554	23 034	23 559
Agenturní personál	2 179	2 308	3 664	3 460	3 704	4 194
Celkem zaměst.	23 470	22 798	24 561	26 014	26 738	27 753

Zdroj: Výroční zprávy 2002 - 2007 společnosti ŠKODA AUTO, a. s.
Zpracování: Vlastní

Dle výše uvedené Tab. 14 je tedy patrné, že kromě roku 2003, společnost neustále zvyšovala počet svých zaměstnanců. Snížení zaměstnanosti v roce 2003 bylo způsobeno především celosvětovým poklesem poptávky spotřebitelů. Následující rok byl pak ovlivněn začátkem výroby vozu Octavia, a proto společnost výrazně zvýšila počet svých zaměstnanců a to především z řad agenturního personálu, který oproti roku předcházejícímu vzrostl o 58 %. Společnost v roce 2004 zvýšila zejména výrobní personál a to o 16 %, naopak vlivem optimalizace snížila o 2 % personál nevýrobní.

Rok 2005 byl ovlivněn zahájením výroby ŠKODA Roomster v závodě Kvasiny a společnost zde vytvořila na 350 nových pracovních míst. V roce následujícím opět společnost zvýšila počet svých zaměstnanců, jak kmenových, tak agenturního personálu. Tento vývoj byl zapříčiněn zejména díky zvyšující se poptávce po vozech ŠKODA Octavia a Roomster. V závodě Kvasiny byla společnost nucena zavést třetí směny při výrobě druhého zmíněného automobilu. V roce 2007 pak společnost zaznamenala rekordní zaměstnanost u svých kmenových i agenturních zaměstnanců.

Během tohoto období je také nutné zmínit vývoj podílu zaměstnanců s různými úrovněmi vzdělání. Společnost zaměstnává zaměstnance se základním, středním odborným, středním odborným s maturitou a vysokoškolským vzděláním. Od roku 2002 jsou viditelné tendence ve snižování zejména zaměstnanců se základním vzděláním. Naopak nejvíce společnost zvýšila podíl u zaměstnanců s vysokoškolským vzděláním.

Před krizovým obdobím tedy společnost vzhledem k zvyšující se výrobě ve svých závodech také zvyšovala zaměstnanost. Rozšířila řady nejen u svých kmenových zaměstnanců, ale také najímala pracovníky z externích agentur.

Nyní je analyzován vývoj zaměstnanosti od roku 2008, tedy v období hospodářské krize. Pro přehlednost je nejdříve uvedena Tab. 15 s počtem zaměstnanců v jednotlivých letech a později je podrobněji zkoumán každý rok během krize.

Tab.15: Vývoj zaměstnanosti v letech 2008 – 2011 ve společnosti ŠA, a. s.

	2008	2009	2010	2011
Kmenoví zaměstnanci	23 622	22 831	22 506	24 936
Agenturní personál	1 709	1 986	2 774	2 336
Celkem zaměstnanci	25 331	24 817	25 280	27 272

Zdroj: Výroční zprávy 2008 – 2011 společnosti ŠKODA AUTO, a. s.
Zpracování: Vlastní

V roce 2008 došlo ve společnosti vzhledem k již zkoumanému roku 2007 k poklesu zaměstnanosti. Jak je patrné společnost snížila především počet zaměstnanců najímaných externími agenturami. Co se týče kmenových zaměstnanců, v tomto roce společnost naopak jejich počet navýšila. V 2008 tedy společnost výraznější problémy se zaměstnaností nepocítila. Omezení spolupráce s externími agenturami a najímání těchto pracovníků bylo spíše opatřením, kterým se chtěla společnost připravit na začínající hospodářskou krizi a budoucí pokles poptávky po automobilech. Výraznější problémy nastaly až v roce 2009.

V roce 2009 se společnost potýkala s poklesem odbytu a důsledkem toho byla nucena snížit výrobu, což s sebou samozřejmě přineslo další problém s přebytečnými zaměstnanci. Nejdříve společnost při počátečních problémech s odbytem začala s přeřazováním zaměstnanců. Nejvíce se toto opatření dotýkalo zaměstnanců pracujících na modelu ŠKODA Octavia. Tito pracovníci byli přeřazováni zejména na pracovní pozice související s modelem Fabia. Dalším opatřením bylo zavedení zkrácených týdnů, kdy někteří zaměstnanci místo obvyklých 40 hodin týdně, odpracovali jen 32 hodin. Až posledním

krokem pak bylo propouštění zaměstnanců. Velkou úlohu při ponechání, co možná největšího počtu zaměstnanců sehrály odbory.

V roce 2010 došlo ve společnosti k nárůstu zaměstnanosti. Jednalo se zejména o nárůst externích pracovníků, kteří pracovali na automobilech určených pro asijské trhy. V tomto roce také došlo k opětovnému snížení kmenových zaměstnanců společnosti. Tento pokles nebyl již tak výrazný jako v roce předcházejícím a svou zásluhu na tomto výsledku měly opět odbory. Důležité je také zmínit, že společnost nejen během tohoto roku, ale všech krizových let ponechala většinu výhod, které zaměstnancům poskytuje. Ponechány byly i tzv. 13. platy. Rok následující, který s sebou přinesl zvýšenou poptávku po automobilech nejen značky ŠKODA, ukázal nutnost potřeby dalších zaměstnanců. Společnost tedy v tomto roce výrazně zvýšila najímání nové pracovní síly a zvýšila také zájem o praktikantské pobyty studentů vysokých škol.

Velmi zajímavý je také vývoj podílu pracovníků s určitou úrovní vzdělání ve společnosti. Jednotlivé podíly úrovně vzdělání zaměstnanců byly zkoumány již na začátku této podkapitoly a ukazovaly tendence snižování počtu zaměstnanců s nižším dosaženým vzděláním. Vývoj podílu dosaženého vzdělání u zaměstnanců ŠKODA AUTO během krize ukazuje následující Tab. 16.

Tab.16: Vývoj podílu dosaženého vzdělání u zaměstnanců ŠA, v období 2008 - 2010

Ukazatel	2008	2009	2010
Základní	10,5	5,3	5,5
Střední odborné	50,6	49,6	48,3
Střední odborné s maturitou	32,2	33,4	33,5
vysokoškolské	10,5	11,7	12,7
Celkem	100 %	100 %	100 %

Zdroj: Výroční zprávy 2008 – 2010 společnosti ŠKODA AUTO, a. s.
Zpracování: Vlastní

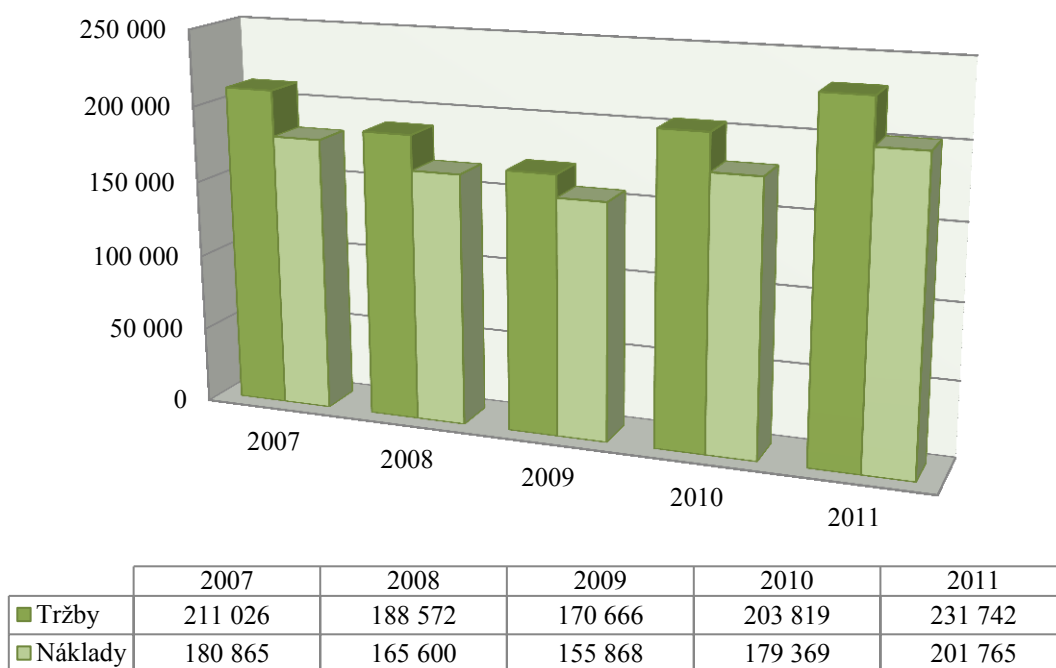
Dle Tab. 16 je viditelný opětovný pokles zaměstnanců s nižším dosažením vzdělání a zvyšování podílu zaměstnanců s vysokoškolským a středoškolským vzděláním s maturitní zkouškou.

Společnost ŠKODA AUTO tedy od roku 2002 zaměstnávala stále více pracovníků. Tento nárůst byl utlumen až hospodářskou krizí, kdy od roku 2008 byla společnost nucena zavést krizová opatření. Omezit množství najímané práce u externích agentur, pozastavit praktikantské programy a v neposlední řadě také propouštět své zaměstnance. Tento vývoj však zastavil již rok 2011, kdy ve společnosti došlo k opětovnému zvýšení zaměstnanosti, vlivem zlepšení situace na automobilových trzích a zvýšení poptávky zákazníků.

Závěrem je nutné dodat, že společnost ŠKODA AUTO, a. s. téměř ve všech letech zkoumaného období získala cenu Zaměstnavatel roku. Společnost dále poskytuje velké množství benefitů, výhod a i během krizového období přikládala velký důraz na vzdělání svých současných i budoucích zaměstnanců.

5.3.4 Vývoj vybraných ukazatelů společnosti

Pro dokreslení celé situace ve společnosti ŠKODA AUTO, a. s. slouží následující vývoj vybraných ukazatelů. Nejprve je pozornost věnována vývoji tržeb a nákladů v zkoumaném období 2007 - 2011. Jak je patrné z Obr. 8, společnost dosahovala výborných výsledků v předkrizovém roce 2007, od toho roku již zaznamenala pokles celkových tržeb. K opětovnému růstu opět došlo v roce 2010. V roce následujícím, jak již bylo uvedeno, došlo k nejlepšímu výsledku v historii společnosti, když celkové tržby dosáhly 231 742 mil. Kč. Vývoj nákladů koresponduje s vývojem výroby automobilů. Při snižující se výrobě je zřejmý jejich pokles.

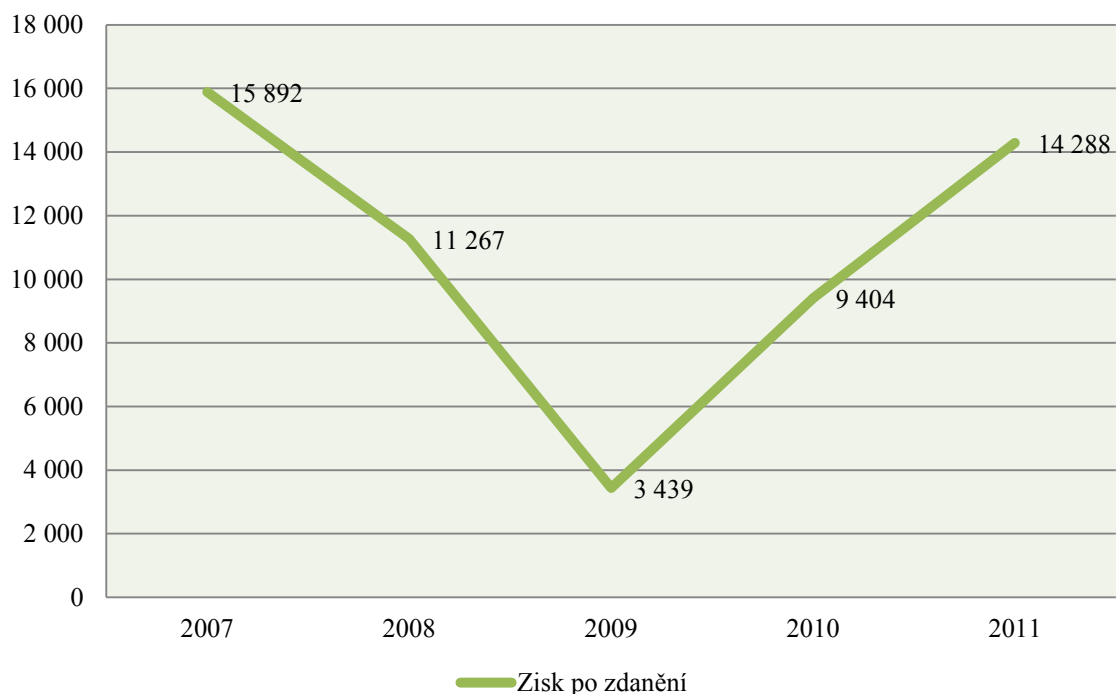


Obr.8: Vývoj tržeb a nákladů společnosti v období 2007 – 2011 v mil. Kč

Zdroj: Výroční zprávy 2007 - 2011 společnosti ŠKODA AUTO, a. s.

Zpracování: Vlastní

Dalším ukazatelem, který je zkoumán na následujícím Obr. 9, je vývoj zisku ve stejném období, tedy v letech 2007 – 2011.



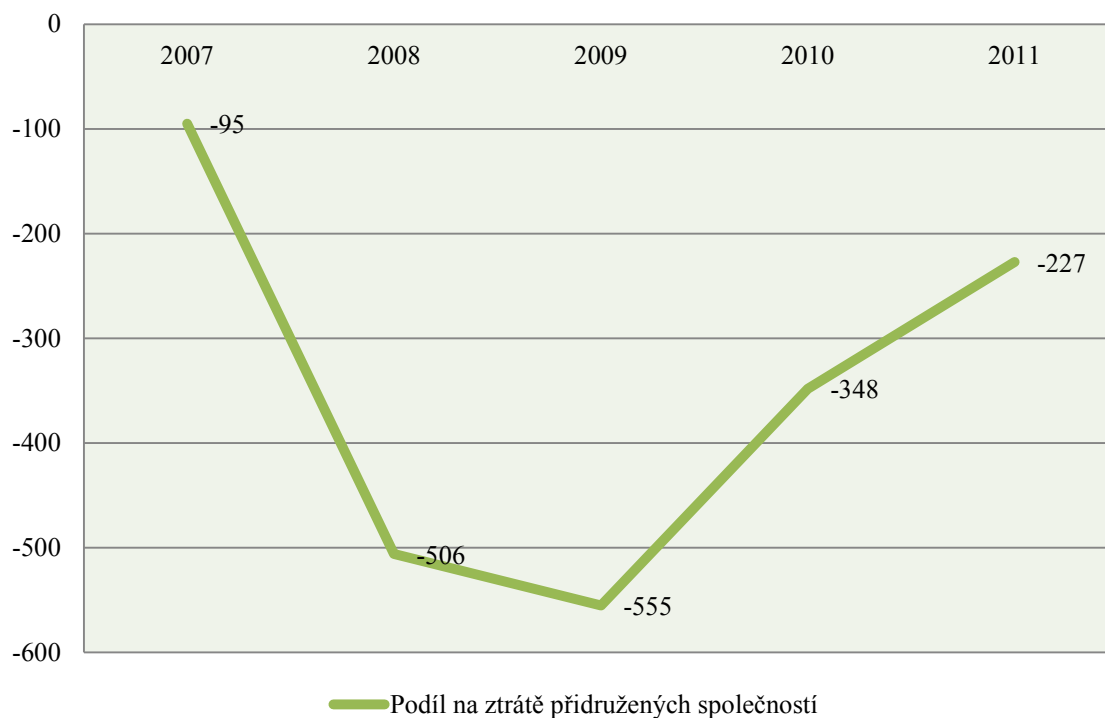
Obr.9: Vývoj zisku po zdanění v období 2007 – 2011 v mil. Kč

Zdroj: Výroční zprávy 2007 - 2011 společnosti ŠKODA AUTO, a. s.

Zpracování: Vlastní

Společnost tedy dosáhla z hlediska zisku vůbec nejlepšího výsledku ve své historii v roce 2007. Po tomto úspěšném roce, však následoval propad nejen již zmíněných tržeb, ale také zisku. Svůj podíl na tom měla jistě hospodářská a finanční krize, která ovlivnila nejen výrobu, ale i dodávky osobních automobilů zákazníkům. Nejhorším obdobím pro společnost byl rok 2009, kdy společnost dosáhla nejmenšího zisku za zkoumané období. Tento výsledek byl způsoben zejména vysokým podílem společnosti na ztrátě celého koncernu VW. Situace se začala lepší již v roce 2010. V dalším období společnost zaznamenala rekordní tržby, ale vývoj zisku byl ovlivněn opět odepsanou ztrátou pro VW. Společnost však očekává i v rámci své Růstové strategie v roce 2012 vyšší nárůst tržeb i zisku.

Posledním zkoumaným ukazatelem společnosti je podíl na ztrátě koncernu VW, který výrazně ovlivní zejména vývoj zisku ve zkoumaném období. Podíl na ztrátě je vyjádřen v následujícím Obr. 10.



Obr.10: Vývoj podílu na ztrátě přidružených spol. v období 2007 - 2011 v mil. Kč

Zdroj: Výroční zprávy 2007 - 2011 společnosti ŠKODA AUTO, a. s.

Zpracování: Vlastní

Ve výše uvedeném Obr. 10 je patrný vzrůstající podíl společnosti na ztrátě celého koncernu VW. Výrazně se společnost na této ztrátě podílela především v roce 2008, kdy ŠKODA AUTO musela ze svých zisků odepsat 506 mil. Kč. Zlepšení na německém trhu po zavedení šrotovací prémie ovlivnilo také celý koncern VW. Společnost sice v tomto roce musela odepsat ztrátu větší než v roce předcházejícím, nicméně se nejednalo o takový nárůst jako mezi lety 2007 a 2008. Pokles podílu této ztráty je pak patrný již od roku 2010 se zvyšující se poptávkou po automobilech na téměř všech trzích nejen v Evropě.

5.4 Růstová strategie

Již během krizového období začalo vedení společnosti přemýšlet o nových možnostech, které by pomohly vrátit společnost ŠKODA AUTO, a. s. do předkrizových hodnot. Dle tvrzení a výsledků analyzovaných v této práci, je patrné, že společnost dosáhla nejvýraznějšího výsledku z hlediska zisku v roce 2007. Vedení společnosti se tedy rozhodlo o vytyčení cílů, kterých chce do určitého období dosáhnout, aby se minimálně vrátila k číslům dosažených právě v roce 2007. Tyto cíle byly poté shrnuty, vydány a představeny veřejnosti jako Růstová strategie.

Růstovou strategii začala společnost realizovat již od roku 2011. Primárním cílem vytyčeným v této v této zprávě je postupné zvyšování výroby osobních automobilů, aby byla výroba v roce 2018 na hodnotě 1,5 milionu vyrobených vozů. Tomuto výsledku se společnost výrazně přiblížila již v roce 2011, kdy celosvětově vyrobila přes 900 000 nových osobních automobilů.⁷⁶

Dále vedení společnosti rozhodlo o rozšiřování modelové řady a představování nových modelů během každých 6 měsíců. Tento záměr opět začala realizovat již v roce 2011, kdy představila vůz Citigo.

Posledním a důležitým cílem obsaženým v Růstové strategii je upevňování pozice na zahraničních trzích, zejména na automobilovém trhu v Rusku, Číně a Indii. Společnost v rámci splnění třetího cíle již začala s významnými investicemi do závodů v uvedených zemích. Detailnější popis Růstové strategie je uveden v příloze A.

Splnění cílů vytyčených v rámci Růstové strategie by znamenalo obrovský milník v celé historii společnosti ŠKODA AUTO. Společnost by se tak stala významným konkurentem ostatním automobilovým společnostem působících na zahraničních trzích.

⁷⁶ ŠKODA AUTO, a. s., Výroční zpráva 2011, s. 81

Závěr

Hospodářská krize v letech 2008 – 2010, která měla svůj počátek již v roce 2007 v podobě hypoteční krize ve Spojených státech, se dotkla nejprve prostřednictvím finanční krize všech států, institucí, podniků a v neposlední řadě obyvatel celého světa.

Ať už se jedná o krizi finanční nebo hospodářskou v každém státě měla výrazné dopady na ekonomiku a vůbec celé hospodářství. Spojené státy, které byly zasaženy především krizí hypoteční a poté i finanční, zaznamenaly problémy zejména v bankovním sektoru. Mnoho bank v tomto období zkrachovalo a ostatní finanční instituce byly nuceny tuto situaci řešit výraznými opatřeními. Krize, která začala problémem s neschopností řadových občanů splácet své hypotéky, vedla k nedozírným důsledkům zejména v oblasti nezaměstnanosti.

Po rozšíření krize do Evropy, první problémy zaznamenala nejen celá Evropská unie, ale i státy mimo EU. Evropské země výrazněji napojené na USA zaznamenaly největší dopad na ekonomiku svého státu. Do České republiky dorazila hospodářská krize na konci roku 2008 a zasáhla v roce následujícím zejména textilní a sklářský průmysl. Dopad této krize zaznamenal také průmysl automobilový. Zatímco na Spojené státy a země západní Evropy dopadla nejen krize hospodářská, ale také finanční. V České republice bankovní sektor takto výrazné dopady jako země uvedené výše nepostihl.

Dopad hospodářské krize zaznamenaly v České republice v rozdílných formách téměř všechny podniky působící na tuzemském trhu. Dle analýzy uvedené ve čtvrté kapitole diplomové práce je zcela zřejmé, že automobilový průmysl zaznamenal problémy jak na tuzemském, tak zejména na zahraničních trzích. Toto odvětví bylo zkoumáno z hlediska ukazatele počtu registrovaných automobilů, který je pro automobilový průmysl klíčový. Hlavním cílem diplomové práce byla analýza dopadu krize na společnost ŠKODA AUTO, a. s., která je největším tuzemským výrobcem automobilů.

Společnost ŠKODA AUTO, a. s. pocítila dopady této krize především v poklesu poptávky spotřebitelů a následným omezením výroby. V krizovém období došlo ve společnosti také k poklesu tržeb. Zejména z důvodu poklesu tržeb a podílu na ztrátě přidružených společností zaznamenala společnost v tomto období výrazný pokles čistého zisku.

Společnost byla nucena při své činnosti řešit také problémy spojené s růstem cen výrobních surovin, neustálého posilování kurzu české koruny a v neposlední řadě to byla právě globální finanční a hospodářské krize, která zasáhla ve zmiňovaném období celosvětový obchod a čím dál více přidělávala starosti hlavním ekonomům společnosti. Vzhledem k podrobné analýze společnosti je nyní možné vyhodnotit hypotézy zmíněné v úvodu této práce.

Hypotéza 1: *Ve společnosti ŠKODA AUTO, a. s. došlo během krize k poklesu prodejů na domácím i zahraničních trzích.* Celkové prodeje společnosti během krize rostly, ovšem pokles zaznamenala společnost během celého krizového období na tuzemském trhu. Již v roce 2008 prodala ŠKODA AUTO, a. s. na domácím trhu o 13 % méně než v roce předcházejícím. V následujícím krizovém roce byl zaznamenán pokles o 2,6 %. Situace se zlepšila až v roce 2010, kdy společnost prodala o 3 % vozů více. Situace na zahraničních trzích byla značně rozdílná. Vzhledem k přehlednosti byly podrobněji zkoumány trhy v Německu, Rusku, Indii a Číně. V Německu, kde místní vláda podpořila automobilový průmysl i ekonomiku zavedením šrotovací prémie, společnost dosáhla v roce 2009 nárůstu prodejů o 40 %. Na trzích v Indii a Číně zaznamenávala společnost také ve sledovaném období nárůst prodejů. K poklesu prodejů došlo jen na ruském trhu, který byl však ovlivněn celkovým negativním vývojem svého automobilového průmyslu. Pro shrnutí této hypotézy je tedy klíčové, že společnost zaznamenala pokles prodejů během krize na domácím trhu a ze zahraničních zkoumaných zemí na trhu ruském. V Německu, Indii a Číně došlo naopak k nárůstu poptávky zákazníků a s tím spojeným růstem dodávek společnosti. Tato hypotéza může být tedy potvrzena jen z části.

Hypotéza 2: *Společnost zaznamenala pokles prodejů a zájmu u všech modelových řad vozů.* U této hypotézy jsou výsledky rozdílné vzhledem ke každé zkoumané modelové řadě. Největší poklesy prodejů zaznamenala společnost u vozů Roomster během celého

krizového období. Snížení prodejů u tohoto modelu bylo až o 44 % mezi celým obdobím 2008 - 2010. Mezi roky 2008 – 2009 došlo také k poklesu prodejů u vozu Octavia a to o více než 11 %. U vozů Fabia společnost v prvním roce krize zaznamenala nárůst počtu prodaných vozů, v posledním krizovém roce počet prodaných vozů poklesl o 12 %. Během celého krizového období naopak zaznamenala společnost nárůst prodejů u modelové řady Superb. Celkový nárůst prodejů u tohoto modelu byl během celého období téměř třináásobný. Pro shrnutí této hypotézy slouží tedy následující závěry. Společnost během celého krizového období zaznamenala pokles prodejů u modelové řady Roomster, kdy vlivem krize zákazníci omezily nákup těchto vozů. U modelu Octavia společnost zaznamenala pokles prodejů jen v roce 2008. Nárůst prodejů v dalších letech dosáhla společnost zejména díky zvýšení reklamy tohoto vozu. Zvýšená reklama u vozu Fabia dosáhla navýšení prodejů během prvních dvou let krizového období. Naopak v roce 2010 společnost u této řady zaznamenala pokles prodejů. Výborně si naopak značka vedla na trhu vozů vyšší třídy. Tohoto výsledku dosáhla společnost zejména díky zvýšené poptávce po vozu Superb v zahraničí. Krize tedy zasáhla většinu prodáváných modelových řad. Společnost ve zkoumaném období zaznamenala nárůst jen u jednoho prodáváného modelu. Hypotéza může být potvrzena opět jen z části.

Hypotéza 3: *Společnost byla nucena v průběhu krize snižovat počet svých zaměstnanců.* Analýza této hypotézy přinesla jednoznačné výsledky. Vzhledem k hospodářské krizi byla společnost nucena snížit počet svých zaměstnanců. Společnost snižovala zaměstnanost zejména u pracovníků kmenových, kdy jejich počet byl během celého zkoumaného období snížen o 5 %. Společnost propouštěla zaměstnance zejména z oddělení marketingu a prodeje. Po výrazném poklesu z roku 2008, kdy společnost propustila 60 % agenturního personálu, došlo ve společnosti během krize k jejich nárůstu. Tento vývoj je zdůvodněn zejména použitím zaměstnanců k výrobě vozů pro zahraniční trhy a také jejich nižší požadovaná cena za odvedenou práci. Tato hypotéza byla tedy potvrzena.

Zejména z důvodu hospodářské krize zaznamenala společnost zpomalení svého růstu. V krizovém období se potýkala s poklesem poptávky na domácím trhu. Naopak v zahraničí dosáhla vynikajících výsledků i přes negativní vývoj na automobilových trzích. Společnost tedy v období krize zaznamenala již zmíněné problémy s poklesem tržeb, zisku, prodejů na

domácím trhu a výrobou nových vozů. Na druhou stranu, ale zejména díky trhům v Číně, Indii a Rusku a zavedení šrotovací prémie v evropských státech byly tyto ztráty o mnoho nižší.

V roce 2011 se společnost téměř vrátila k předkrizovým hodnotám a její výhled do dalších let je více než optimistický, přestože problémy v Evropě jsou velmi znepokojující. Vzhledem k úspěchům dosažených na uvedených trzích, by se společnost měla i nadále orientovat na prodej osobních automobilů v těchto zemích. Dále by také měla podpořit tuzemský trh, který byl v době krize výrazně zasažen.

Rok 2011 tedy znamenal nejen pro společnost ŠKODA AUTO, a. s., ale pro celý svět návrat a naději k lepšímu vývoji ekonomiky a hospodářství. Otázkou zůstává, jak se nejen banky, velké korporace, podniky ale celá veřejnost vyrovná s aktuální hrozbou dluhové krize, která způsobuje výrazné komplikace v některých státech Evropy.

Seznam použité literatury

Akademický slovník cizích slov – I. díl A – K. 1. vyd. Praha: ACADEMIA, 1995. 445 s.
ISBN 80-200-0523-4.

Greece primed for 2nd bailout package, financing gaps remain [online]. New York: Thomson Reuters, [2012-03-24]. Dostupné z:
<http://www.reuters.com/article/2012/02/19/greece-eurogroup-idUSL5E8DJ0BT20120219>

ČSÚ. *Vývoj ekonomiky České republiky v roce 2011* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2012-03-14 [vid. 2012-03-20]. ISBN 978-80-250-2051-7. Dostupné z:
[http://www.czso.cz/csu/2011edicniplan.nsf/t/C1001E2533/\\$File/110911q4a.pdf](http://www.czso.cz/csu/2011edicniplan.nsf/t/C1001E2533/$File/110911q4a.pdf)

ČSU. *Statistická ročenka České republiky 2010* [online]. Praha: Český statistický úřad, 2010-11-24 [vid. 2012-02-20] ISBN 978-80-250-2051-7. Dostupné z:
<http://www.czso.cz/csu/2010edicniplan.nsf/kapitola/0001-10--0100>

ECKAUDEMAISON, C. aj. *Slovník ekonomie a sociálních věd*. 1. vyd. Praha: Eva Edition, 1995. s. 153. ISBN 80-85764-13

FIALOVÁ, H., J. FIALA. *Ekonomický výkladový slovník*. 9. vyd. Praha: A-plus, 2011. s. 87. ISBN 978-80-903804-5-5

FONTES RERUM. *Americká finanční krize a její dopady na Českou republiku*. 1. vyd. Dráčov: Albius, 2009. s. 12 - 48. ISBN 978-80-86958-14-0

FONTES RERUM. *Globální finanční a ekonomická krize a její východiska*. 1. vyd. Dráčov: Albius, 2010. s. 14 - 70. ISBN 978-80-86958-18-7

FONTES RERUM. *Světová finanční a hospodářská krize: je to za námi?*. 1. vyd. Dráčov: Albius, 2010. s. 22-55. ISBN 978-80-86958-19-4

FOSTER, John B.;MAGDOFF, F. *Velká finanční krize: příčiny a následky*. 1. vyd. Všeň: Grimmer, 2009. s. 11 - 113. ISBN 978-80-902831-1-4

Harmonised unemployment rate by gender – total. [online].Brussels: European Commission, 2012-03-13 [vid. 2012-03-22] Dostupné z:
<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&language=en&pcode=teilm020&tableSelection=1&plugin=1>

HINDLS, R. aj. *Ekonomický slovník*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2005. s. 25.
ISBN 80-7179-819-3

HOLMAN, R. *Ekonomie*. 4. vyd. Praha: C. H. Beck, 2005. s. 687. ISBN 80-7179-681-6.

CHACKO, G. *Global Economic Crisis*. 1. vyd. Velká Británie: Pearson Financial Times, 2011. 302 s. ISBN 978-01-370-5012-3

KLVAČOVÁ, E. *Světová ekonomická krize: Příčiny, projevy, perspektivy*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2009. s. 9 - 95. ISBN 978-80-7431-012-6.

KOHOUT, P. *Finance po krizi: důsledky hospodářské recese a co bude dál*. 2. rozšířené vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. s. 10 – 241. ISBN 978-80-247-3583-2.

KOVANDA, L. *Příběh dokonalé bouře*. 1. vyd. Praha: Triangl, 2009. s. 29 - 112.
ISBN 977-18-041-7000-8

KRÁLÍK, J., L. NACHTMANN. *Historie značky ŠKODA AUTO*. Mladá Boleslav: Škoda Mobil, 2009, roč. 15, č. 9, s. 7.

New Vehicle Registrations - By Country[online]. Brussel: European Automobile manufactures association, 2010 [vid. 2012-03-20]. Dostupné z:
http://www.acea.be/news/news_detail/new_vehicle_registrations_by_country/

POTUŽÁKOVÁ, Z. *Komparace ekonomik EU* [online]. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2011 [vid. 2011-01-30]. Dostupné z:

http://ilex.kin.tul.cz/~zuzana.potuzakova/multiedu/KEU_pr./KEU_4___Nemecko.pdf

VLKOVÁ, J. Česko klouže do recese. *MF Dnes Ekonomická příloha*. 2012, 23(40), s. 1-2. ISSN 977 1210-1160-27

Výroční zpráva 2008 [online]. Praha: *společnost ŠKODA AUTO, a. s.* [vid. 2012-03-14].

Dostupné z:

<http://new.skoda-auto.com/SiteCollectionDocuments/company/investors/annual-reports/cs/skoda-auto-annual-report-2008.pdf>

Výroční zpráva 2009 [online]. Praha: *společnost ŠKODA AUTO, a. s.* [vid. 2012-03-16].

Dostupné z:

<http://new.skoda-auto.com/SiteCollectionDocuments/company/investors/annual-reports/cs/skoda-auto-annual-report-2009.pdf>

Výroční zpráva 2010 [online]. Praha: *společnost ŠKODA AUTO, a. s.* [vid. 2012-03-18].

Dostupné z:

<http://new.skoda-auto.com/SiteCollectionDocuments/company/investors/annual-reports/cs/skoda-auto-annual-report-2010.pdf>

Výroční zpráva 2011 [online]. Praha: *společnost ŠKODA AUTO, a. s.* [vid. 2012-03-20].

Dostupné z:

<http://new.skodaauto.com/SiteCollectionDocuments/company/investors/annual-reports/cs/skoda-auto-annual-report-2011.pdf>

WOODS, T. *A Free Market, Look at why The Stock Market Collapsed, The Economy Tanked and Goverment bailout will make Things worse*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2010. s. 19. ISBN 978-80-7363-273-1

ŽÁK, M. a kol. *Velká ekonomická encyklopedie*. 1. vyd. Praha: Linde, 1999. s. 171 - 362. ISBN 80-7201-172-3.

Seznam příloh

Příloha	Název	Rozsah
Příloha A	Růstová strategie, Tisková zpráva spol. ŠKODA AUTO, a. s.	1

ŠkodaAuto – Tisková zpráva



„NEW POWER OF ŠKODA“ – ŠKODA PŘEDSTAVILA OBCHODNÍM PARTNERŮM Z CELÉHO SVĚTA NOVOU RŮSTOVOU STRATEGII

- „World Dealer Conference 2011“ v Praze pro 5.000 partnerů z více než 100 zemí
- Do roku 2018 chce automobilka své prodeje minimálně zdvojnásobit
- Významné investice do produktů, technologií a trhů
- Nový korporátní design podtrhuje vykročení značky do nové éry

Praha, 12. února 2011 – „New Power of Škoda“ – s tímto mottem se 10. a 11. února 2011 konala světová dealerská konference obchodních partnerů značky Škoda v Praze. Důvodem pro konání největšího setkání obchodních partnerů značky Škoda za uplynulých 20 let bylo představení nové Růstové strategie značky. Zhruba 5.000 obchodních partnerů značky Škoda z více než 100 zemí se 10. a 11. února 2011 z první ruky dozvědělo o nejdůležitějších milnících Růstové strategie firmy. Nejvyšším cílem podniku je zvýšení prodejů do roku 2018 minimálně na dvojnásobek. Za tímto účelem Škoda v nejbližších letech rozšíří modelové portfolio produktů a zintenzivní své aktivity nejen v Evropě, ale i na růstových trzích Číny, Indie a Ruska. Začátek nové éry automobilky navíc symbolizuje i nový korporátní design, který byl v Praze poprvé představen prodejcům a importérům značky Škoda z celého světa. Světovou premiéru bude mít nová, svěží podoba značky na autosalonu v Ženevě na počátku března 2011.

„Společně dnes zahájíme novou éru v historii značky Škoda. V nejbližších letech se ve všech oblastech rozjedeme na plný plyn. Budeme tak činit v těsné spolupráci s našimi obchodními partnery z celého světa. Silná prodejní organizace je páteří celosvětového úspěchu značky Škoda. Nyní chceme vyrazit k novým cílům a naše prodeje do roku 2018 minimálně zdvojnásobit. Vy hrajete ústřední roli“, tak znělo poselství Prof. Dr. h.c. Winfrieda Vahlanda, předsedy představenstva společnosti Škoda Auto účastníkům konference.

Prof. Dr. h.c. Winfried Vahland dále objasnil, že Růstová strategie je podložena konkrétními opatřeními: „Nejdůležitější investice již byly vynaloženy, bylo o nich rozhodnuto nebo jsou naplánovány. Intenzivně pracujeme na nových modelech, které naši paletu rozšíří a prohloubí. Předseda představenstva vyzdvihl také podporu, jíž se společnosti dostává z koncernu Volkswagen: „V uplynulých 20 letech od vstupu koncernu Volkswagen jsme společně napsali jeden z nejúspěšnějších příběhů automobilové historie. Spojení s v současné době nejúspěšnějším automobilovým koncernem světa, sjednocujícím několik značek, nám i pro příští léta zajišťuje příznivý vítr do našich plachet. Navíc jsou negativní



dopady ekonomické a finanční krize z let 2008 a 2009 z valné části překonány. Škoda prokázala svou sílu a jednoznačně se řadí mezi vítěze.“

Prof. Dr. h.c. Winfried Vahland zdůraznil také silnou stránku značky: „Škoda je jednou z automobilek s nejdelší tradicí a v uplynulých 20 letech odvedla vynikající výkon. Nebylo to nic jiného, než zdařilá renesance legendární automobilové značky ze srdce Evropy. A na to jsme hrdí. Tento úspěch by nebyl možný bez schopností, zkušeností a nasazení 26.000 našich zaměstnankyň a zaměstnanců ze všech oblastí podniku po celém světě. To oni udělali ze značky Škoda to, co je nyní: úspěšná společnost, působící po celém světě.“ Značka Škoda je přitom synonymem pro automobily s vynikajícím poměrem ceny a užité hodnoty: „Naše automobily jsou a budou „simply clever“. Jsou chytře konstruovány a vyvíjeny s ohledem na zákazníky a jejich potřeby. V tomto duchu budeme důsledně pokračovat a vyrábět atraktivní, autentické vozy s mimořádnými nároky na poměr ceny a hodnoty, chytrými nápady, vysokou kvalitou zpracování a dobrými užitnými vlastnostmi, např. funkčností nebo důrazem na prostor, pro zákazníky. To je měřítkem pro rozšiřování naší modelové palety.“

Detailně představila Škoda v Praze obchodním partnerům také nový korporátní design značky. V nové podobě, která bude poprvé zveřejněna začátkem března na autosalonu v Ženevě, a poté ihned zavedena ve všech komunikačních prostředcích, vyjadřuje společnost i opticky svou novou sílu a optimistickou náladu. Jürgen Stackmann, člen představenstva pro oblast prodeje a marketingu, vysvětlil jednotlivé prvky: „New Power of Škoda – to platí i pro nový design naší společnosti. Od nově vyvinutého loga přes nové písmo až po uspořádání obchodních zastoupení značky: Škoda je silná, čerstvá, mladší a má dynamický styl. A nejen pro novou optickou a technickou orientaci platí: Nikdy předtím si Škoda nestála lépe než dnes. Prvotřídní produkty, loajální a výkonní zaměstnanci, silný mateřský koncern a v neposlední řadě skvěle organizovaná celosvětová prodejní síť jsou garanty našeho úspěchu v budoucnu.“

DOPLŇUJÍCÍ INFORMACE K WORLD DEALER CONFERENCE 2011:

- Do Prahy přicestovali obchodní partneři značky Škoda z více než 100 zemí světa. Mezi účastníky setkání byli i hosté z tak vzdálených zemí, jako jsou Čína, Kostarika, Dominikánská republika, Chile, Indie nebo Spojené arabské emiráty.
- Příprava akce trvala šest měsíců. Na realizaci akce se podílel tým, čítající v maximálním nasazení i 2.500 osob.

Zdroj: Interní materiály společnosti ŠKODA AUTO, a. s.